الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية
وزارة التعليم العالي والبحث العلمي

جامعة الحاج لخضر - باتنـــة
كليــــة الحقوق
قسم علوم الإعلام والاتصال

نيابة العمادة المكلفة
بالدراسات العليا والبحث العلمي
تخصص: اتصال وعلاقات عامة

المدونـات الإلكترونيـة في الجزائـر

- دراسة في الاستخدامات والإشباعات -

مذكـــرة مكملة لنيل شهـادة الماجستير في علوم الإعلام والاتصال
تخصص: اتصال وعلاقات عامة

إعــداد الطالبة:
سوهيلة بضياف

إشــراف الدكتورة:
رحيمة عيساني

لجنـــــة المناقشـــــــــــــة

الاسم واللقب	الدرجـة العلميـة	الجامعـــــــــة الأصليـــــــة	الصفـــة
د. جمال بن زروق	أستاذ محاضـــــر	جامعـــة سكيكدة	رئيســــــا
د. رحيمة عيساني	أستاذ محاضـــــر	جامعـــة الحاج لخضر - باتنـــة-	مشرفا ومقررا
أ.د.حسين خريف	أستاذ التعليم العالي	جامعـــةمنتـــوري - قسنطينـة-	عضوا مناقشا
د. بوقرة كمـــال	أستاذ محاضـــــر	جامعـــة الحاج لخضر - باتنـــة-	عضوا مناقشا

السنـــة الجامعيـــة:
1430 -1431هـ
2009 -2010 م

بسم الله الرحمن الرحيم

{{و ◌َمَا أُوتِيتُمْ مِنَ الْعِلْمِ إِلَّا قَلِيلًا وَلَئِنْ شِئْنَا
لَنَذْهَبَنَّ بِالَّذِي أَوْحَيْنَا إِلَيْكَ ثُمَّ لَا تَجِدُ لَكَ بِهِ
عَلَيْنَا وَكِيلًا }}

صـــــدق الله العظيـــــم

إهـــــــــــداء

اهدي ثمرة جهدي هذه

إلى سيد الخلق أجمعين محمد رسول الله صلى الله عليه وسلم

إلى من لا يغلى عليهما غال ولا نفيس ومن لا بديل لهما في

هذه الدنيا

إلى جميع إخوتي وأخواتي كل باسمه

إلى جميع صديقاتي وزملائي وزميلاتي

سهيلة

تشكــــــرات

أحمد الله عزّ وجلّ وأشكره على أن وفّقني لإتمام هذا البحث والذي أرجو أن يكون سراجاً إلى طلبة العلم وخدمةً لهذا الوطن الحبيب.

وأتوجه بالشكر الجزيل إلى أستاذتي الدكتورة : عيساني رحيمة المشرفة على انجاز هذه المذكرة والتي لم يتوان لحظة في إفادتي بتوجيهاتها وملاحظاتها العلمية .

وأتقدم كذلك بالشكر الجزيل إلى كل من الزميلين شرقي إسماعيل و جاب الله رمزي، وكل زملائي وزميلاتي بجامعة باتنة

كما لا يفوتني أن اشكر كل من شجعني في انجاز هذا البحث ولو بكلمة طيبة

سهبلة

المقدمــــــة

مقدمة:

شهد مسار الاتصال تطورا سريعا بفضل التقنيات أو الوسائل التكنولوجية فبعد أن انطلق الاتصال في مرحلته الأولى، الشفوية تطور إلى الكتابة فالطباعة أين ازدهرت الصحف، وحققت المجتمعات الإنسانية انجازات عظيمة أثبتت قدرة العقل البشري على الإنتاج والابتكار.

وعرفت الوسائل التكنولوجية تطورا رهيبا في منتصف القرن العشرين مع ظهور الراديو والتلفزيون والبث المباشر وانفجار الكمبيوتر وظهور شبكة الانترنت كمعجزة إعلامية أخذت لنفسها مكانا ودورا في المجتمعات الإنسانية وأثبتت هذه الوسائل تفوق الإنسان على نفسه، حتى غدا هذا العصر يسمى بعصر الاتصال الإلكتروني .

ويعتبر الزمن المعاصر مميزا من حيث إقبال الجماهير على استخدام وسائل الإعلام والاتصال الإلكتروني التي اختصرت المكان والزمان، وجعلتنا نعيش في بناية واحدة معلومة الأبعاد والحدود على حد قول الباحث الايطالي:"تشارلز بلاك" حيث أصبح العالم يفكر ويكتب كما يفعل سكان أمريكا الشمالية في اغلب أنماط والعادات والسلوكات في حياتهم اليومية .

ومن بين هذه الوسائل التكنولوجية المعاصرة شبكة الانترنت التي تعتبر وسيلة اتصالية وإعلامية أصبحت تفرض نفسها في الواقع المعيش بحيث يتجاوز الحديث عنها اليوم عن نشأتها وماهيتها إلى خدماتها العظيمة في مختلف المجالات، فلقد أصبحت الانترنيت تنسج خيوطها المتينة كالعنكبوت، وتجعل العالم تحت أصابع الناس.

ومع هذا الانتشار السريع والإقبال الكبير من الجماهير على استخدام شبكة الانترنت،ظهر تحد جديد يتمثل في الخوف من ذوبان ثقافات الشعوب الفقيرة من المسلمين وغيرهم داخل هذه الحضارة الالكترونية وإذا كان "غور سمان" صاحب كتاب "الحوار الإلكتروني" يجلب انتباه المجتمع الأمريكي إلى مخاطر الجمهورية الالكترونية ،فإن أكثر من مليار مسلم سيكونوا من دون شك فريسة سهلة لمخاطرها ليس لان العالم الإسلامي لا يمتلك تكنولوجيا الاتصال ، ولكن لكونه لم يستطع أن يحل مشكلة الغذاء ومشكلة السلطة.

من هنا يتضح جليا أن شبكة الانترنت أحدثت أثرا كبيرا في كثير من مجالات استخدامها وتزايدت اهتمامات المسؤولين بكيفية الاستفادة منها في الجوانب الثقافية والأمنية والاقتصادية والسياسية .

وقد اشتملت هذه الدراسة على مقدمة وستة فصول ثلاثة منها نظرية وثلاثة ميدانية وخاتمة و نتائج الدراسة و ملاحق ، وتضمن القسم النظري ثلاثة فصول تطرقت في الفصل الأول المنهجي إلى

إشكالية الدراسة وتساؤلاتها ثم تحديد مفاهيم الدراسة التي هي مفاهيم محورية وهي (الاستخدام، تكنولوجيا الاتصال، مجتمع المعلومات، الحاسب الإلكتروني ثم استعرضت الدراسات السابقة المشابهة لهذه الدراسات وقد رجعت إلى خمس دراسات دراستين جزائريتين (الانترنيت واستعمالاتها في الجزائر للأستاذة حسينة قيدوم) استخدامات الانترنيت في العمل الصحفي للأستاذة بثينة حمدي، ودراستين عربيتين الأولى: استخدامات و إشباعات الانترنيت -للأستاذين عزي عبد الرحمان ومحمد عايش بالإمارات العربية، والثانية استخدامات النخبة المصرية للصحافة الالكترونية للدكتور رضا عبد الواجد أمين بجمهورية مصر العربية ودراسة غربية استخدامات الجمهور لشبكة الانترنيت أنجزتها RISQ شبكة مابين الحاسبات الكبكية بكندا، ثم ذكرت المدخل النظري لموضوع الدراسة وهو مدخل الاستخدامات والاشباعات وأخيرا استعرضت الإجراءات المنهجية للدراسة الميدانية حيث تحدثت فيه عن : لمحة تاريخية وبشرية عن مجتمع الدراسة الميدانية، عينة الدراسة و كيفية اختيارها ، أدوات جمع البيانات (الاستبيان و الملاحظة العلمية) وأدوات تحليل هذه البيانات ممثلة في الأساليب الإحصائية المختلفة

وجاء الفصل الثاني بعنوان : تكنولوجيا الاتصال، المفاهيم والخصائص وتطرقت فيه إلى تعريف التكنولوجيا، تعريف الاتصال ثم دمج المصطلحين وتعريفها معا، تلاه التطور التاريخي لتكنولوجيا الاتصال والإعلام والتي كانت تبشيرا جديدا بميلاد تكنولوجيا اتصالية جديدة وهي شبكة الانترنيت وتمثلت هذه التكنولوجيات الاتصالية والإعلامية في الأقمار الصناعية والتلفزيون التفاعلي والرقمي، تكنولوجيا الحاسب الآلي وشبكة الانترنيت، الألياف الضوئية، تكنولوجيا الكابل و تكنولوجيا الميكروويف والفيديوتكس.

بينما كان الفصل الثالث حول ماهية وتطور شبكة الانترنيت وتضمن تعريف شبكة الانترنيت، الفرق بين الانترنيت والإنترانت والإكسترانت، خصائص الشبكة والمتمثلة في التفاعلية، الجمهور المجزأ التزامنية واللاتزامنية ثم خدمات شبكة الانترنيت العامة، خدمات شبكة الانترنيت لقطاع السمعي البصري ووظيفتها الإعلامية وخدماتها للصحافة والصحفيين واختتم الفصل بإيجابيات وسلبيات شبكة الانترنيت .

وخصصت مساحة واسعة لشبكة الانترنيت في الجزائر حيث ركزت على ارتباط الجزائر بالشبكة، البينية التحتية لشبكة الانترنيت، موزعي خدمات الانترنيت في الجزائر والجهاز الإداري للشبكة والترتيبات الإدارية والتقنية والمهام الأمنية للدولة ثم وضع الجانب التشريعي للشبكة (قانون الانترنيت وأخيرا واقع شبكة الانترنيت في الجزائر من خلال مقاهي الانترنيت).

أما القسم الميداني فقد اشتمل على ثلاثة فصول: تطرقت في الفصل الرابع إلى عادات وأنماط استخدام المبحوثين لشبكة الانترنيت وتضمن خبرة المبحوثين في استخدام الشبكة ،أماكن استخدام الشبكة، عدد الساعات التي يقضيها المبحوثون، في استخدام الشبكة، والفترات المفضلة لذلك، ترتيب خدمات الانترنيت، طبيعة المعلومات التي يسعى إليها المبحوثون والملفات التي يحملونها وأهم محركات البحث و المواقع المفضلة للبحث فيها.

وجاء الفصل الخامس حول دوافع الاستخدام المختلفة للمبحوثين (الدوافع العلمية، الدوافع الاجتماعية، الدوافع الثقافية، الإعلامية، الدوافع الاقتصادية، الدوافع الترفيهية و الدوافع الجنسية.

أما الفصل السادس فكان حول آثار استخدام المبحوثين لشبكة الانترنيت تناولت فيه الآثار الناجمة عن استخدام المبحوثين للشبكة و المتمثلة في الصداع وآلام الظهر و الرقبة بعد نهاية الاستخدام وأعراض الرؤيا أو تعب العين ،وآثار أخرى أخلاقية تمثلت في تصفح المواقع الجنسية التي أدت إلى فساد الأخلاق و آثار نفسية تتمثل في القلق و الاضطراب و التوتر نتيجة لعدة عوامل، وآثار اجتماعية تمثلت في العزلة و التغير الاجتماعي السريع في العادات و القيم و الأذواق و الأفكار.

وأخيرا نتائج الدراسة حيث استخلصت من خلال تحليل الدراسة الميدانية أهم النتائج التي توصلت إليها فيما يتعلق بعادات الاستخدام، دوافع الاستخدام وآثار الاستخدام.

الفصل الأول :الإطار المنهجي للدراسة

أولا : إشكالية الدراسة وتساؤلاتها

ثانيا:تحديد المفاهيم

ثالثا: الدراسات السابقة

رابعا: المدخل النظري للدراسة

خامسا: الإجراءات المنهجية للدراسة الميدانية

أولا : إشكالية الدراسة وتساؤلاتها

أ -الإشكالية

يعرف العالم اليوم تطورا كبيرا، ومتسارعا في مجال تكنولوجيا الإعلام والاتصال، بفضل الاكتشافات التقنية المتتالية؛ حيث ساهمت كل واحدة منها في إعطاء بعد آخر للاتصال الذي تغير مفهومه اليوم مقارنة بعصر الطباعة.

فكلما حدث تطور مثير تقنيا في تكنولوجيا الاتصال يحدث هزة ثقافية خاصة، فاكتشاف الكتابة أوجد لغة الرموز، واكتشاف الإذاعة، والتلفاز أدخل ثقافة سمعية بصرية، وأخيرا أدى اكتشاف الحاسوب، والشبكات المعلوماتية كالانترنت إلى بروز الثقافة التفاعلية.[1]

فقد أدى الاندماج بين تكنولوجيا الحاسبات وتكنولوجيا الاتصالات في نهاية القرن العشرين إلى ظهور شبكة المعلومات الدولية الانترنت؛ إذ أصبح العالم قرية صغيرة تحدت الحدود الجغرافية والزمنية، واختصرت المسافات وسهلت عملية تداول المعلومات ونشرها.

فالانترنت اليوم تعد الوسيلة الأبرز والأهم والأقل تكلفة من بين وسائل الاتصال الأخرى، فهي الخيار الأفضل حتى الآن للتواصل بين الأفراد، والجماعات في العصر الحديث؛إذ بين تقرير مركز بحوث (فورستر) أن مستخدمي الانترنت يستقطعون من وقت مشاهدتهم للتلفاز كي يقضوا الوقت أمام الكمبيوتر لتصفح الانترنت كل حسب ميوله[2]

فقد مهدت الشبكة العنكبوتية بخصائصها، وخدماتها لظهور أنماط جديدة من العلاقات، والمعاملات، وفتحت فضاءات أخرى للتعبير، والتفاعل عبر مختلف القارات بالصورة، والصوت، وخلقت مجتمعات افتراضية، تربط بينها خدمات الانترنت.ويقـــال يمكن الفصل بين عـــالمين؛ عالم ما قبل

---

[1] - عبد الرحمن عزي: **دراسات في نظرية الاتصال**، بيروت، ط، مركز دراسات الوحدة العربية، لبنان، 2003، ص101

[2] - دشن القحطاني:**المدونات الالكترونية وحرية الرأي والتعبير**،،مؤتمر تقنيات الاتصال والتغير الاجتماعي،جامعة الملك سعود،الرياض، 15-2009/03/17، ص1

الانترنت، وعـــــالم ما بعدهـــــا، فالشبكة نفسها أخذت تتطور وتضيف كل مرة خدمة جديدة تجلب إليها عددا آخر من المستخدمين.

ويعد ظهور الجيل الثاني من تطبيقات الويب "Web 2.0" أحد أهم التطورات التي أضافت للشبكة أشكالا تواصلية جديدة، خاصة منها النشر الالكترونـــــي "فقد تحـــــولت النسخة الورقيـــــة في البداية إلى نسخــــــة مصـــــــــورة PDF، وبعدها إلى نسخة إلكترونية بها وصلات تفاعلية تحقق للقارئ المزيد من المعلومات، والخدمات مستفيدة من تعدد الوسائط، صورة، صوتا، ونصا".[1]

وتعتبر المدونات الالكترونية أحد أشكال النشر الالكتروني التي عرفت في السنوات الأخيرة رواجا كبيرا بين مستخدمي الانترنت، لسهولة إنشائها، والتعامل معها، فكل فرد غير ملم بالبرمجة بإمكانه أن ينشىء مدونة له، في وقت قصير وبدون تكلفة، بالإضافة إلى ما تتيحه من حرية للتعبير والنشر.

فالمدونات من وجهة نظر علم اجتماع الانترنت عبارة عن وسيلة للتعبير والتواصل والدعاية، والإعلان للمؤسسات، والأفراد، ومن جانب آخر ينظر إليها بوصفها أحد أساليب الشبكة الاجتماعية التي يمكن أن تدفع أصحابها وروادها للانخراط، والتكيف مع تقنيات إدارة المحتوى لأجل تلبية احتياجاتهم الخاصة بتطور مجتمع افتراضي ينبض بالحيوية والنشاط.[2]

ويتمكـــــــــن الفــــــرد من خـــــــلال المدونـــــات من نشـــــر وتـــــداول المعلــــومــــــات، والأخبـــــار، والنفاذ إليها في كافة مجالات المعرفة البشرية، والتعرف من خلالها على الرأي والرأي الآخر، إلى درجة أننا يمكن من خلالها إدراك بعض الجوانب الاقتصـــــــادية، والاجتماعية لأي مجتمع.

1- شريف درويش اللبان: **تكنولوجيا الاتصال ، المخاطر والتحديات والتأثيرات الاجتماعية**، ط2 ،دار المصرية اللبنانية، القاهرة، 2005 ، ص50

2- www.wikipedia.org، 18/02/2010 ،18.30

وفد أصبحت ظاهرة المدونات الالكترونية منتشرة في البلدان العربية، مما أثار اهتمام الباحثين بها، فيما يبقى الاهتمام بها في الجزائر محتشما –حسب اطلاع الباحث- رغم انتشارها على بعض المواقع التي تقدم استضافة التدوين، فمثلا موقع مكتوب لوحده يحوي 12655 مدونة جزائرية.[1]

وعلى كثرة عددها واختلاف مضامينها، واهتماماها، واستفادة قرائها منها، لانستطيع معرفة دوافع إنشائها، وكيفية استخدامها، واستفادة قرائها منها، إلا بمحاولتنا البحث في ظاهرة المدونات الالكترونية في إطار فروض نظرية الاستخدامات والاشباعات، ومعرفة ماهي استخدامات المدونين الجزائريين للمدونات الالكترونية، ودوافعهم لإنشائها من جهة، واستخدامات وإشباعات قراء المدونات من جهة أخرى؟

لنطرح التساؤلات التالية:

- ماهي عادات وأنماط استخدام المدونين للمدونات وفقا لمتغيري الجنس والمستوى التعليمي؟
- ماهي دوافع المدونين لإنشاء المدونات وفقا لمتغيري الجنس والمستوى التعليمي؟
- ما هي عادات وأنماط قراء المدونات في استخدامهم للمدونات وفقا لمتغيري الجنس والمستوى التعليمي ؟
- ما هي دوافع قراءة المدونات وفقا لمتغيري الجنس والمستوى التعليمي؟

ب - الفرضيات:

- يدون المدونون الجزائريون يوميا، ويواظبون على تحديث مدوناتهم كل أسبوع، وغالبا ما يقرأون مدونات غيرهم، ولا يوجد هناك فروق ذات دلالة إحصائية في عادات وأنماط استخدامهم للمدونات وفقا لمتغيري الجنس والمستوى التعليمي.
- يدون المدونون الجزائريون بدافع الترفيه عن النفس ولا يوجد هناك فروق ذات دلالة إحصائية في دوافع التدوين وفقا لمتغيري الجنس والمستوى التعليمي.

[1]-www.maktoob.com 18/ 05/2010,16.30

- يقرأ الجزائريون المدونات يوميا، ويحملون مواضيعها ويستغرقون وقتا طويلا في قراءتها، ولا يوجد هناك فروق ذات دلالة إحصائية في عادات وأنماط استخدامهم للمدونات وفقا لمتغيري الجنس والمستوى التعليمي.

- يقرأ الجزائريون المدونات بدافع معرفي، ولا يوجد هناك فروق ذات دلالة إحصائية في دوافع قراءة المدونات وفقا لمتغيري الجنس والمستوى التعليمي.

أسباب الدراسة:

- الانتشار السريع لمختلف خدمات شبكة الانترنت خاصة منها المدونات الالكترونية، مما يلفت الانتباه إلى ضرورة بحث الظاهرة، ومعرفة أبعادها في الجزائر.
- ارتباط الباحث بالموضوع، والإحساس الدائم بالمشكلة سيما عند تصفحه للمدونات الجزائرية.
- قلة الدراسات المتعلقة في الجزائر بالمدونات الالكترونية خاصة في إطار نظرية الاستخدامات والاشباعات.

أهمية الدراسة:

تعد المدونات الالكترونية ثاني ثورة في خدمات الانترنت بعد البريد الالكتروني، فقد أصبحت تعرف شهرة كبيرة في أوساط مستخدمي الانترنت لتميزها بالتفاعلية، وسهولة انشائها، وهي أداة يستخدمها المدونون في التعبير عن انطباعاتهم، وأفعالهم، وأحاسيسهم، وأولويات اهتماماتهم، وهي وسيلة للتعبير عن الرأي دون تدخل أو ضغط، ومن هنا تأتي أهمية الدراسة للتعرف على مجتمع المدونين، وقراء المدونات في الجزائر؛ سيما وأن الظاهرة حديثة في العالم عامة، وفي الجزائر خاصة، واستقطبت الاهتمام إليها من طرف مستخدمي الانترنت وهو ما سنستعرضه بالأرقام في الفصل الثالث.

أهداف الدراسة:

- ✓ التعرف على عادات وأنماط المدونين في تعاملهم مع مدوناتهم وفقا لمتغيري الجنس و المستوى التعليمي.
- ✓ الكشف عن دوافع المدونين من إنشائهم للمدونات وفقا لمتغيري الجنس المستوى التعليمي.
- ✓ الكشف عن عادات وأنماط قراء المدونات في قراءتهم للمدونات وفقا لمتغيري الجنس المستوى التعليمي.
- ✓ التعرف على دوافع قراءة المدونات وفقا لمتغيري الجنس و المستوى التعليمي.

ثانيـــا: تحديـــد مفاهيـــم الدراســـة

يتعلق موضوع دراستنا بالمدونات الإلكترونية في الجزائر، مما يدفعنا إلى ضرورة تحديد المفاهيم التي تتناولها الدراسة، ومنها ما هو بارز ظاهر في العنوان كمفهوم المدونات الإلكترونية، ومنها ما يتكرر وروده في الدراسة لعلاقته المباشرة بالموضوع كمفاهيم: تكنولوجيا الاتصال، شبكة الانترنت، ومجتمع المعلومات.

أ- تعريف تكنولوجيا الاتصال والإعلام:

- **تعريف التكنولوجيا**

لغـــــة: يعد لفظ "تكنولوجيا" في الكلمة اليونانية "Technologie" والتي هي مشتقة من كلمتين " Teckne" وتعني تقنية أو فن، وكلمة "Logis" أو "Ligos" تعني علم زائد دراسة وعلى هذا الأساس تشير التكنولوجيا إلى الدراسة الرشيدة للفنون.ويرى الأستاذ (Littre) في قاموسه الصادر سنة 1876،" إن اصطلاح التكنولوجيا يعني تفسير الألفاظ الخاصة للفنون والمهن العديدة".[1]

اصطلاحا: تعرف "بأنها مجموعة من النظم، والقواعد التطبيقية، وأساليب العمل التي تستقر لتطبيق المعطيات المستخدمة لبحوث، ودراسات مبتكرة في مجال الإنتـــاج، والخدمات لكونهـــا التطبيق المنظم للمعرفة، والخبرات المكتسبـــة، والتي تمثل مجموعة الوسائل، والأساليب الفنية التي يستخدمها الإنسان، في مختلف نواحي حياته العلمية، وبالتالي فهي مركب قوامه المعدات والمعرفة الإنسانية".[2]

---

[1] -نصيرة بوجمعة سعدي : **عقود نقل التكنولوجيا في مجال التبادل الدولي**، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 1992، ص18

[2] - عبد الأمير الفيصل: ***الصحافة الالكترونية في الوطن العربي***، دار الشروق للنشر والتوزيع، عمان، 2005، ص.ص14.15

أما المفهوم الحديث للتكنولوجيا فيشمل الإبداع، والخلق بالإضافة إلى الاقتباس، والاستيعاب، فالتكنولوجيا عبارة عن جميع الاختراعات، والإبداعات اللازمة لعملية التطور الاقتصادي، والاجتماعي التي تتم من خلالها مراحل النمو المختلفة.[1]

والتكنولوجيا بمعناها الشامل هي المعرفة والأدوات التي يؤثر بها الإنسان على العالم الخـــــــارجي ويسيطر بواسطتهـــــا على المـــــــادة لتحقيق النتـــــــائج العلمية، والعملية المرغوب فيها، وتعتبر المعرفة العملية التي تطبق في حل المشاكل العلمية ذات الطابع العلمي، والمتصلة بتقديم السلع والخدمات جانبا من التكنولوجيا الحديثة. [2]

- ***تعريف الاتصال "Communication":*** هو العملية أو الطريقة التي يتم عن طريقها انتقال المعرفة من شخص إلى آخر حتى تصبح مشاعا بينهما، وتؤدي إلى التفاهم بين هذين الشخصين أو أكثر وبذلك يصبح لهذه العملية عناصر، ومكونات، واتجاه تسير فيه، واتجاه تسعى إلى تحقيقه ومجال تعمل فيه ويؤثر فيها.[3]
- ***تعريف تكنولوجيا الاتصال:*** تعرف بأنها " مجمل المعارف والخبرات المتراكمة، والمتاحة، والأدوات والوسائل المادية، والتنظيمية، والإدارية المستخدمة في جمع المعلومات، ومعالجتها، وإنتاجها وتخزينها، واسترجاعها، ونشرها، وتبادلها أي توصيلها إلى الأفراد، والمجتمعات 1994[4].

وتشمل تكنولوجيا الاتصال جانبين مهمين هما:

- **الجانب الفكري المعرفي:** الذي يتمثل في علم المعلومات الذي يهتم بضبط خواص، وسلوك المعلومات، والقوى التي تتحكم في عمليـــــــات تدفق المعلومــــــات، وطرق

---

[1] - محمد عبد الشفيع عيسى:**العالم الثالث والتحدي التكنولوجي الغربي**، ط1، دار الطباعة والنشر، بيروت، 1984، ص35

[2] - حسنين شفيق: **الإعلام التفاعلي**، المعهد العالي للإدارة والفنون، القاهرة، 2008، ص17

[3] - محمد جمال الفار :**المعجم الإعلامي** ، دار أسامة المشرق العربي، عمان، 2006، ص27

[4] - محمود علم الدين: **تكنولوجيا الاتصال في الوطن العربي**، عالم الفكر، الكويت، المجلد 23، أوت –نوفمبر، 1994، ص95

تجهيزها للفحص، حتى تكون متاحة ومستخدمة بأقصى درجة من الكفاءة، والأسس المعرفية، والتقنية، والمنهجية التي هي وراء إنتاج الوحدات المادية.

- **الجـــانب المـــادي:** والـــذي يتمثل في التطبيـــق العملـــي للاكتشـــافـــات، والاختراعـــات والتجارب في مجـــال معـــالجة المعلومات كالحصـــول على المعلومات، وتحليلها، وبثها وتوصيلها، مستفيدا من ذلك من تقنيات أو الأساليب الفنية في الكتابة والطباعة، والتصوير الفوتـــوغرافي، والتلفزيـــوني، والاتصالات السلكيـــة واللاسلكيـــة، ومازجا بين الأدوات والأجهزة، أو الاكتشافات كالحسابات الإلكترونية، وأشعـــة الليزر، والألياف الضوئية، والاتصالات الفضائية ثم إلى الوسائل الإلكترونية الكاملة. [1]

ب- تعريف مجتمع المعلومات:

أصبـــح مصطلح مجتمع المعلومات من المفاهيـــم التي عرفت رواجا كبيرا في العصر الحديث، بحيث أصبحت المعلومات المحرك الرئيسي لجميع العمليات والأنشطة في مختلف قطاعات المجتمع، بل أصبحت صناعة قائمة بذاتها تستقطب يدا عاملة كبيرة، ووسائل تكنولوجية هائلة، وأضحت قوة اقتصادية كبيرة تنافس الصناعات الثقيلة لذلك اعتبر مصطلح مجتمع المعلومات بديلا عن مصطلح مجتمع المعلومات.

وهناك عدة تعاريف لمجتمع المعلومات نذكر منها:

- "المجتمع الذي يعتمد أساسا على المعلومات الوفيرة كمورد استثماري وكسلعة إستراتيجية، وكخدمة، وكمصدر للدخل القومي، وكمجال للقوى العاملة".
- "المجتمع الذي يعتمد في تطوره بصورة أساسية على المعلومات، وشبكات الاتصال والحواسيـــب، أي التقنيـــة الفكريـــة التي تضم سلعـــا وخدمـــات جديدة إضافـــة إلى التزايـــد المستمر في القوة العاملة المعلوماتية".

---

[1] - ياس خضير البياتي: **الاتصال الدولي والعربي** ، ط1 ، دار الشروق للنشر والتوزيع عمان، 2006، ص29

- وبمعنى آخر تعظيم شأن الفكر، والعقل الإنساني بالحواسيب، والاتصال والذكاء الاصطناعي، وحسن استخدام المعلومات قبل إنتاجها لأنه من الضروري توفر أساليب فنية مسايرة ومواكبـــــة للنمو المتزايد للمعلومات.[1]

وقد حدد مفهوم مجتمع المعلومات في قمة جنيف في ديسمبر 2003 على أنه "مجتمع يستطيع كل فرد فيه استحداث المعلومات، والمعارف، والنفاذ إليها واستخدامها وتقاسمها؛ بحيث يمكن الأفراد، والمجتمعات، والشعوب من تسخير كافة إمكاناتهم في النهوض بتنميتهم المستدامة، وفي تحسين مستواهم المعيشي".[2]

ج- تعريف شبكة الانترنت

- **لغـــــة:** كلمة (Internet) إنجليزية الأصل مكونة من كلمتين هما:
  - كلمة (Interconnections) وتعني ربط أكثر من شيء ببعضه البعض.
  - كلمة (Network) وتعني شبكة.

فقد أخذ من الأولى (Inter) ومن الثانية (net)، وبذلك يصبح معنى الكلمة المركبة (Internet) وهو الشبكات المترابطة مع بعضها البعض.[3]

- **اصطلاحا:** تعرف على أنها " عبارة عن مجموعة ضخمة من شبكات الاتصال المرتبطة ببعضها البعض، وهذه المجموعة تنمو ذاتيـــــا بقدر ما يضاف إليها من شبكات، وحسابات وقد أدى تغلغلها واتساع مداها إلى وصفها بشبكة الشبكات".[4]

وتعرف أيضا على أنها " نظام للبنية الأساسية التي توفر الربط وتدعيم الاتصال، ونقل البيانات بين الشبكات، بينما الشبكات الأخرى أيا كان موقعها من شبكة الانترنت فإنها تنظيم للمحتوى، وإدارته أو تحكمه المعايير الخـــــاصة بإدارة المحتـــــوى، ونشره على شبكة الانترنت.

---

[1] -ياس خضر البياتي:مرجع سايق، ص34

[2]- محمد حمدي: **الواقع الحالي لتوظيف تكنولوجيا المعلومات في العالم العربي**،مجلة اتحاذ الاذاعات الدولية، العدد3،2005، ص74

[3] - محمد علي شمو:**التكنولوجيا الحديثة والاتصال الدولي والانترنت**، ط1، الشركة السعودية للأبحاث، جدة، 1999، ص232

[4] - خليل صابات، جمال عبد العظيم: **وسائل الاتصال نشأتها وتطورها**، ط9 ،مكتبة الانجلو مصرية، القاهرة،2001، ص521

ويعرفها مؤيد عبد الجبار الحديثي أنها " مجموعة من شبكات الاتصالات المرتبطة ببعضها، ولا يحكمها كيان واحد بمفرده، وإنما يدير كلا من مكوناتها مؤسسات عامة، وخاصة، هي أكبر من مجموع أجزاءها وتشمل كنوزا ضخمة من الموارد في حواسيب الانترنت، وهي تضم ثلاث مستويات من الشبكات تتربع على شبكات الأساس أو العمود الفقري المتمركزة في الولايات المتحدة، تليها الشبكات المتوسطة بالجامعات، والمؤسسات الكبرى، وتمثل مصدرا هائلا للمعلومات المختلفة تكفل ملايين البشر في شتى أنحاء العالم فرصة التواصل من خلال تزاوج وتكامل تكنولوجيا الاتصالات والحاسبات [1].

د- تعريف المدونـــات الإلكترونيـــة

من الصعب تحديد مفهوم واحد للمدونات الإلكترونية وذلك لتعدد وظائفها وخصائصها، وأهدافها .

- **لغة:** تعرف المدونة لغويا في المعجم الوسيط: دون الديوان، أنشأه أو جمعه، ودون الكتب، جمعها ورتبها، وهي من كلمة "دون" بفتح الدال وشد الواو.

وهي في العصور القديمة كانت تنسب إلى "الديوان" وهو الدفتر الذي تكتب فيه أسماء الجيش وأهل العطاء، وتعبر كلمة "دون" في سياق جملة ما عن جمع وترتيب مثال (أيمن دون أسماء الأصدقاء في ورقة)، ولهذا كانت منها كلمة مدونة أو Blog، وحقيقة كلمة Blog بمعنى مدونة أو blogger التي تأتي بمعنى مدونين هو أن ترجمتها إلى كلمة مدونة كان وصفيا وليس حرفيا، لأن كلمة Blog هي اختصار لكلمة Weblog، فحذفت We وضمت B مع log لتصبح Blog، وانتشرت الكلمة في البلاد العربية بلهجات مختلفة فمثلا في مصر تكتب وتنطق "بلوج" وفي دول المغرب العربي أيضا على نفس النحو، أما في السعوديـــــة فتنطق بلـــوغ وهناك دول عربية تكتبها "بلق"، وقد تم الاتفاق عربيا بأن الترجمة العربية لـــ Blog هي مدونة، ويذهب موقع (أراب بلوغر) إلى ترجمة blogger بكلمة مدونة وجمعها مدونات أي bloggers، وأصبح عليها إجماع ويستعملها أكثر من موقع.[2]

أما بالنسبة للغة الفرنسية توجد عديد الاستعمالات إذ يطلق على المدونات Carnet Web أي مفكرة الويب، أو Journal Web أي صحيفة الويب، وتتألف كلمة bloggers الإنجليزية

---

[1] - مؤيد عبد الجبار الحديثي: **العولمة الإعلامية والأمن القومي العربي**، ط1، الأهلية للنشر، عمان، 2002 ، ص85

[2] - جمال الزرن: **المدونات الالكترونية وسلطة التدوين**، جامعة منوبة ،تونس، 2003، ص2

الأصل من جزأين الأول يمثل الحرف B وهو اختصار لكلمة بيوغرافي "Biography" التي تعني "سيرة"، أما الثاني فهو مصطلح "لوغ" أو "Log" وتفيد دلالته سجلا أو جدولا أو مفكرة تدون فيها الأشياء بأسلوب متسلسل في صيغة الجمع بالإنجليزية تصبح bloggers .[1]

وكلمة Weblog تعني سجل الشبكة ويطلق عليها إختصار Blog، ومنها مصدر التدوين Blogging أي فعل إنشاء المدونة والنشر فيها، وبلوجرز "bloggers" هم المدونون ثم مجال أو عالم المدونات" blogosphère"" وهو العالم المترابط من المدونات المتاحة على الانترنت والتي يمكن الوصول إليها من خلال محركات البحث أو من خلال كشافات المدونات Index blog ، وقد أضيف إلى مصطلحات التدوين مصطلح جديد كتعريب لكلمة Podcast، واتفق على تسميته مدونة صوتية.[2]

- **اصطلاحا:** تعددت تعاريف المدونات الإلكترونية اصطلاحا فهناك من يعرفها أنها تطبيق من تطبيقات شبكة الانترنت، تظهر عليه تدوينات (ملاحظات مؤرخة، ومرتبة ترتيبا زمنيا تصاعديا ينشر منها عدد محدد، يتحكم فيه مدير أو ناشر المدونة، كما يتضمن نظاما آليا لأرشفة المدخلات القديمة، ويكون لكل مدخلة منها مسار دائم لا يتغير منذ لحظة نشرها، بحيث يستطيع القارئ الرجوع إلى تدوينة معينة في وقت لاحق عندما لا تصبح متاحة في الصفحة الأولى للمدونة.[3]

---

[1]- المرجع نفسه، ص3

[2]- أحمد حسين:**ظاهرة المدونات في الشبكة العنكبوتية - دراسة للمضمون والقائم بالاتصال-**،مؤتمر تقنيات الاتصال والتغير الاجتماعي، جامعة الملك سعود ،الرياض،15-2009/03/17 ، ص1

[3]- www.wikpedia.org , 12/05/2009 , 15.30

وتعرف أيضا بأنها "صفحة الشبكات تتألف من سلسلة من الأرشفة مرتبة ترتيبا كرونـــــولوجيا، وعادة ما تكـــــون نصية، وقد تحتوي على صور أو وســــــائط متعددة أخرى، كما تضم روابط مع مواقع انترنت أخرى وتمنح للقارئ فرصة للتعليق على ما ورد فيها.[1]

كما تعرف على أنها " عبارة عن يوميات شخصية على الشبكة، يتم إدراجها بواسطة برامج بسيطة تسمح بطبع نص، وإرساله فور الاتصال بالشبكة ليظهر على صفحة الموقع المعني، وهي تمزج عمدا بين المعلومات، والآراء كما تترافق مع ربط بمصدر أصيل، أو بمفكرة أخرى أو بمقالة ينصح بها كاتب اليوميات أو يعلق عليها"[2]

وتعرف أنها "فضاء للنشر وليس للنقاش."[3]

ويعرفها محمد عبد الحميد أنها " عبارة عن مركز للآراء، ووجهات النظر في كل الموضوعات والأفكار التي يختارها المشاركون، ولذلك تعتبر مواقع المدونات من الأدوات الشائعة للتعبير وإبداء الآراء، وعرضها في مختلف الأشكال الصحفية أو الأدبية، والفنية، وتضم المدونات المذكرات الشخصية، والرؤى الجمعية، والتعليق على الوقائع الاجتماعية، وقد يشارك فيها مدون واحد أو أكثر". [4]

وتعرف أنها " صفحة ويب تحتوي على تدوينات، وتسجيلات مختصرة مرتبة ترتيبا زمنيا معينا وتعد بمثابة سجل يومي لعرض، وسرد الوقائع، خاصة فيما يتعلق بالجديد فيها من أخبار أو للربط ببعض مواقع الويب الأخرى".[5]

---

[1] -Bonnie A. Nardi , Diane J. Schiano, Michelle Gumbrecht: **Blogging as Social Activity, or,Would You Let 900 Million People Read Your Diary?,**city state country, conference 04,1/2/2004

[2] - فرانسيس بيزاني:**جنون المفكرات الالكترونية ويب بلوغز على شبكة الانترنت أدوات جديدة للإعلام أم الإقناع**،2003: www.mondiploar.com/article 1996 htm , 12/05/2009,19.00

[3]- ERTZCHEID, Olivier : ***Weblogs - un nouveau paradigme pour les systèmes d'information et ladiffusion de connaissances ? applications et cas d'usage en contexte de veille et d'intelligenceéconomique***. Colloque ISKO , France, 2005.

[4]- محمد عبد الحميد : **الاتصال والإعلام على شبكة الانترنيت**، ط1، عالم الكتب، القاهرة،2007 ، ص264

[5]- Fischter,D **:blogging basic**,2005 ,http//wiki classroom20.com 12/01/2010 ,14:45

وتعد موقعا على الانترنت سهل الإنشاء والتحديث، يسمح لمؤلفه القيام بالنشر في أي موضوع لحظة بلحظة.[1]

- **التعريف الإجرائي للمدونات:**

هي صحيفة مصغرة يحررها مدون واحد أو أكثر على شبكة الويب، وتتألف من منشورات منوعة أو محددة باختصاص معين، وتحتـــــوي على مقـــــالات، وأبحـــــاث، وخواطر، نسميها مداخلات دورية، وتكون في معظم الأحيان مرتبة زمنيا بشكل معكوس أي المداخلة الحديثة تأتي في رأس صفحة المدونة تليها باقي المدونات حسب الأقدمية التاريخية.[2]

٥- تعريف الاستخدام:

- **لغة:** الاستخدام في اللغة العربية مأخوذ من:استخدم (الرجل غيره) استخدمه استخداما فهو مستخدم، والآخر مستخدم أي اتخذه خادما، طلب منه أن يخدمه.

واستخدم الإنسان الآلة أو السيارة استعملها في خدمة نفسه.[3]

والاستخدام يعني الاستعمال في اللغة الفرنسية:

- استخدام:استعمال: sous option، usage، utilization،emploi
candidature ، application،Exploitation

ويأتي الاستخدام في اللغة الانجليزية بمعنى: الاستعمال والتوظيف:

- استخدام بمعنى: استعمال: use، taking on، to hire،to employ
- استخدام بمعنى: وظف:to recruit،to engage

---

[1] -Richardson w: **<u>the next thing –creat communication and collaborate withe blogs</u>**, 2004 ,http//static.hcrh.k.12.nj.us/gems/centrall sp presentation revision.ppt ,105/05./2009, 21.00

[2] - سليم حسين أحمد :**<u>المدونات الالكترونية</u>**: http// vbb.7b7/com/t4991.html ,12.03.2010, 12.35

[3] - عصام نور الدين :**<u>معجم نور الدين الوسيط عربي-عربي</u>**، دار الكتب العلمية ، بيروت، 2005، ص102

- **اصطلاحا:** هو استعمال شيء ما أداة أو وسيلة أو عدة أشياء، واستغلالها لتلبية حاجات معينة لدى الأفراد في حياتهم.

"ويبدو مفهــوم الاستخدام من خلال النظرة العامة مفهوما واضحا بسيط المعنى غير ذي حاجة إلى جهد أو نشاط يتوخى ضبطه، غير أن أية محاولة تستهدف ضبط المعاني، والدلالات النظرية، والتطبيقية له تصطدم بمفهوم ومعنى غامض، ومتنوع يحمل الكثير من الدلالات المختلفة باختلاف ما هو اجتماعي وما هو تقني داخــل تركيبة هذا الهجين الاتصالي الانترناتي في حد ذاته، فالغمــوض الذي يحيــط باللفــظ مرده إلى استعماله في تعيين، وتقريــر، وتحليــل مجموعة من السلوكات، والمظاهر المرتبطة بتكنولوجيا الاتصال.[1]

فمصطلح الاستخدام لم يعد له ذلك المعنى الكلاسيكي مع شبكة الانترنيت حيث أضحى لمصطلح الاستخدام معان:

1- الانتقال: من نمــاذج تقليديــة طبعــت عمليات الاتصال الجماهيري إلى نمــوذج مختلــف يرتكز على تكنولوجيا الاتصال والإعلام الحديثة التي خرقت شروط الاتصال الجماهيري لتبديله بنمط قائــم على التفاعليــة والبينيــة interactivity كأســاس للعلاقــة القائمة على التفاعلية، وعلى الشبكية net working كخاصية أساسية أيضا لنشر وتوزيع المحتوى والتواصل الجغرافي.

فالتفاعلية أضافت ثراء، وتعقيدا بما يسمح بتصميم وسائل التجوال بفاعلية بين آلاف الصور، والفيديو، والنصوص، والصوت في تآلف كمصدر واحد للمعلومات.[2]

2-الاندماج والاحتواء: فيما بين مختلف الوسائط الاتصالية التقليدية السابقة (المكتوبة، المسموعة، المرئية والشفهية)، لتشكل مجتمعــــة دعائم وسيط اتصالي هجين، والذي يضيف إليها

[1]- أحمد عبدلي : **مستخدمو الانترنت**، مذكرة ماجستير غير منشورة ، قسم الدعوة والإعلام ،جامعة الأمير عبد القادر قسنطينة، 2002-2003، ص6

[2]- محمد عبد الحميد : **الاتصال والإعلام على شبكة الانترنيت**، مرجع سابق، ص63

تقنيات وبنى خاصة تضفي عليه- هذا الوسيط الاتصالي – طابع التفرد والخصوصية، هذا الاندماج يجعل استخدام هذا الوسيط بمثابة استخدام الوسيلة من وسائل أي واحد من كثير.

أما الاحتواء فيحيل سلوك التعرض –الاستخدام-الفردي والجمعي سلوكا هجينا يحتمل أي فعل من أفعال الاتصال التقليدية، فقد يكون إرسال، استقبال، إنتاج، استهلاك، إلى غيرها من النماذج الممكنة.

معنى هذا أنه لا يمكننا الحديث عن عملية اتصال بالمدلول الجماهيري، حيث الأعداد الغفيرة تتقلى المحتوى نفسه من المرسل نفسه في الوقت نفسه، إذ يختلف الموقف في حالة الاتصال الشبكي المرتكز على تكنولوجيا الاتصال، الذي يقوم على مبدأ تفتيت العملية، حيث مستخدمون شتى يتعرضون أو يستغلون محتويات شتى من منتجين شتى، أي اللاجماهيرية، واللامركزية في إنتاج، واستهلاك المحتوى وطبعا في عملية من هذا القبيل من الطبيعي أن يصعب الفصل والتمييز بين المرسل والمستقبل. إذ النقطة الثورية هنا أن الفاعل هو المستقبل، ومرسل في آن واحد نشط وفعالا. [1]

3 - الاستخدام سلوك اتصالي:

لم يعد الفرد في الزمن المعاصر في ظل تكنولوجيا الاتصال مجرد متلقي سلبي بل أضحى الفرد مستخدما نشيطا يتميز بالانتقاء، والاختيار، والمشاركة، خاصة أثناء استخدامه لشبكة الانترنيت؛ حيث يسعى المستخدم إلى:

- **السيطرة و التحكم**: وتعني سيطرة المستقبل على العملية الاتصالية.
- **الاختيار**: ويعني أن الفرد يجد حرية تامة في الاختيار بين البدائل المختلفة على المواقع العلمية الاقتصادية السياسية...والإعلامية، وكذالك اختيار طبيعة تصفح المواقع المختلفة ويتمثل الاختيار في السرعة واللغة وكذلك البدائل المختلقة كافة.

---

[1] - أحمد عبدلي : مرجع سابق، ص.ص6.4

- **الارتباط:** ويعني الشعور بالقرب وإمكانية الإبحار داخل الموقع وخارجه ويتمثل هذا البعد في إتاحة الموقع المعلومات عنه ومعلومات عن المنتج، الشركة صاحبة الموقع، والوصلات الفائقة.
- **الوقت:** وهو عنصر مهم من عناصر الاتصال التفاعلي ويعتبر أحد مقوماته الأساسية، فالمستخدم يسعى إلى استثمار وقت محدد، ويعني هذا مدى السرعة التي يتم بها إرسال المعلومات للمستقبل، وكذلك الوقت الذي يستغرقه المستقبل في تحميل المحتوى المعروض على الموقع". [1]

ونقصد بمصطلح الاستخدام في هذه الدراسة كيفية تعامل المدونين مع المدونات ،وكذا تصفح القراء لها من خلال عادات وأنماط المدونين في التدوين، وعادات وأنماط قراءة المدونات في القراءة.

و- تعريف الإشباعات:

"الإشباع هو إرضاء رغبة أو بلوغ هدف أو خفض دافع، وتدل الكلمة أيضا على الحال الذي يتم فيه ذلك، ويعني الإشباع في نظرية التحليل النفسي، خفض التنبيه والتخلص من التوتر، فالتراكم، والتنبيه يولد إحساسا بالألم، ويدفع الجهاز إلى العمل لكي يحدث مرة أخرى حالة إشباع يدرك فيها خفض للتنبيه كأنه لذة". [2]

ويرتبط الإشباع بمفاهيم أخرى كالرغبة والحاجة والدافع

- **الحاجة:** تعرف الحاجة في علم النفس على أنها حالة من التوتر، أو عدم الإشباع يشعر بها فرد معين، وتدفعه نحو التصرف متجها نحو الهدف الذي يعتقد أنه سوف يحقق له الإشباع، وهي لا تعني مجرد الافتقار بل لابد من توافر الإحساس الملزم بضرورة تحقيق هذه الحاجة." [3]

---

[1] - شريف درويش : مرجع سابق، ص.ص88 .99

[2] - محمد منير حجاب :**المعجم الإعلامي**، دار الفجر،مصر ، 2004، ص4874

[3] - المرجع نفسه، ص208

وهناك فرق بين الحاجة والرغبة، فالرغبة هي الشعور بالميل نحو أشخاص أو أشياء معينة لا تنشأ من حالة نقص، أو اضطراب كما هي الحال في الحاجة، فالرغبة تستهدف التماس اللذة أما الحاجة فتستهدف تجنب الألم

- **الدافع:**"هو مفهوم افتراضي وإجرائي .يمكن أن نلمس آثاره في سلوكاتنا المعرفية والانفعالية، والاجتماعية، والفسيولوجية أيضا، ويتضمن مجموعة من الحاجات والرغبات، والاهتمامات التي تعمل على استثارة الكائن الحي، وتنشيط سلوكه وتوجيهه نحو تحقيق أهداف معينة".[1]

ثالثا:الدراسات السابقة

أ- دراسات أجنبية

- **دراسة جورج ويمان (George Weymen) سنة 2007**

قد حاولت هذه الدراسة بحث موضوع التدوين الشخصي في مصر، ومدى قدرته على وضع أو تعزيز الحدود، والعوامل الاجتماعية بحكم أن المدونات أتاحت فرصة تكاد تكون متساوية للجميع من أجل ممارسة التدوين بحرية.

وقد قام الباحث باستعراض عدد من المدونات المصرية مع التحليل الكيفي لبعض ما تضمنته

وخلص الباحث إلى النتائج التالية:

- أصحاب هذه المدونة الخاضعة للدراسة يتمتعون بحرية كبيرة في التعبير.
- المدونات تخلق علاقات حميمية بين الكاتب والقارئ، وتتعزز هذه العلاقات لدرجة التخوف من تهديد العلاقات الاجتماعية داخل الأسرة.

---

[1] - عبد المنعم الحفني :**موسوعة عالم علم النفس**، دار نوبلس، لبنان، المجموعة 3،الجزء15،2005 ، ص296

- المدونات ليست فقط نوعا من الإعلام البديل، بل خلقت للأفراد نوعا من العلاقات الاجتماعية البديلة.[1]

- **دراسة بريس ايتلين وآخرون في جوان 2009**

هم مجموعة من الباحثين المنتمين إلى جامعة هافارد الأمريكية، قاموا بدراسة حول التدوين العربي بتكتلاته، ومجتمعاته التدوينية.

قام الباحثون بتحديد 35 ألف مدونة عربية نشطة، إذ اعتمدوا على ثلاث طرق لاكتشاف هيكل ومحتوى المجتمعات التدوينية العربية وهي:

- تحليل الروابط والوصلات لمعرفة كيفية ترابط المجتمعات التدوينية العربية.
- تحليل كمية استخدام بعض المصطلحات.
- توزيع استبانات على بعض مدوني هذه المدونات .

وقد توصلت الدراسة إلى النتائج التالية:

- المدونون العرب في مجملهم ذكور من فئة الشباب.
- أعلى نسبة مدونات إناث موجودة في التكتل المصري.
- المواضيع تدور حول التدوين الشخصي والتجربة الذاتية.
- التدوينات الدينية تتركز على التجارب والأفكار الدينية بشكل فردي، ولا يوجد انتقاد للأديان الأخرى بشكل عام.

---

[1] - أشرف جلال حسن :**أثر التقنيات الاتصالية الحديثة –المواقع، المنتديات، المدونات- على تسكيل الرأي العام – دراسة مقارنة في ضوء مدخل الاعلام البديل** ، مؤتمر تقنيات الاتصال والتغير الاجتماعي، جامعة الملك سعود ،الرياض،15-2009/03/17 ، ص14

- التدوين العراقي غائب، وإن وجد فيوجد في التكتل الشامي باللغة الإنجليزية وله روابط مع تدوينات أمريكية مناصرة له.

- تدوينات قضايا الإرهاب تتركز في التكتل الشامي باللغة الإنجليزية.حقوق الإنسان لها شعبية كبيرة في التكتلات، والمجتمعات التدوينية العربية مقارنة بكتابات أخرى.[1]

- المجتمعات التدوينية العربية معظمها ترتبط بوصلات لمقاطع من اليوتيوب أغلبها حول الأحداث السياسية الإقليمية إضافة إلى روابط مع مقالات ويكيبيديا.

- أكثر المواقع الإخبارية التي ترتبط بها التدوينات العربية هي بالدرجة الأولى الجزيرة ثم BBC وبعدهما العربية.[2]

ب - دراسات عربية

- **الدراسة الأولى:** دراسة قام بها الباحث أحمد حسين سنة 2008، تحت عنوان" ظاهرة المدونات الالكترونية في الشبكة العنكبوتية- دراسة للقائم بالاتصال والمضمون-"؛ حيث اعتمد فيها الباحث على أداة تحليل المحتوى وكذا توزيع استبيان على عدد من المدونين وجاءت تساؤلات الدراسة كالآتي:

- تساؤلات خاصة بتحليل محتوى المدونات
  - ما مصادر المدونات.
  - ما هي القضايا التي يهتم بها المدونون.
  - ما الأساليب الاقناعية في كتابة المدونات.
  - ما نوعية اللغة التي تكتب بها المدونات.
  - ما نوعية الجمهور الذي تستهدفه المدونات.

---

[1]- Bruce Etling and athers **:Mapping the arabic blogosphere-culture,politics and dissent**, Berkman center reserch , june 2009, http // blogs. Law.harward.edu

[2] - Bruce Etling and athers : Ibid

- تساؤلات خاصة بالاستبيان الموزع على المدونين.
- ما خصائص المدونين.
- ما اللغة التي يفضلها المدونون في كتاباتهم.
- من هو الجمهور الذي يستهدفونه.
- ما الأساليب الاقناعية الأكثر استخداما لدى المدونين.
- ما سلبيات التدوين.
- ما الإيجابيات من التدوين.[1]
- ما الإشباعات التي تتحقق للمدونين من كتابة المدونات.
- ما المشكلات التي تواجه المدونين.

اعتمد الباحث في دراسته على الأدوات التالية لجمع البيانات:

- أداة تحليل المضمون.
- استمارة الاستبيان.
- الملاحظة البسيطة.

قام الباحث بتحليل مضمون عينة عشوائية من المدونات بلغت 100 مدونة خلال الفترة من أول سبتمبر 2008 حتى نهاية شهر نوفمبر من نفس السنة، كما تم إجراء دراسة ميدانية على عينة عشوائية من المدونين بلغت 80 مدون من ذكور وإناث وهو العدد الذي رد على الاستبانة التي تم إرسالها إلى 400 مدون.

وخلصت الدراسة إلى مايلي:

- أثبتت الدراسة أن80 % من عينة الدراسة هم من الشباب.
- أغلبية المدونين هم من الذكور بنسبة 65%.
- أظهرت الدراسة أن المدونين من حملة الشهادات الجامعية جاءوا في المرتبة الأولى بنسبة 36,7% .

---

[1]- أحمد حسين :مرجع سابق، ص 10

- أثبتت الدراسة أن المدونين المصريين، والسعوديين يحتلون الصدارة في مجال التدوين.
- أوضحت الدراسة أن أسباب لجوء المدونين إلى التدوين تتمثل في: ليقرأ الآخرون أفكارهم وآرائهم، ثم التعبير عن أفكارهم، ثم ليمارسوا حريتهم ثم التواصل مع الآخرين.
- أهم الموضوعات التي تشغل اهتمامات المدونين هو ما يتعلق بالقضايا الاجتماعية، ثم الخواطر والتأملات، ثم القضايا السياسية.
- أثبتت الدراسة أن 76% من المدونين يعلنون عن هويتهم الحقيقية بذكر أسمائهم الحقيقية في حين أن 28,2% يفضلون الكتابة بأسماء مستعارة.
- أوضحت الدراسة أن أكثر من نصف عينة الدراسة بنسبة 58,7% يواجهون مشكلات أثناء قيامهم بالتدوين تمثلت في السجن.[1]

- **الدراسة الثانية:** قام بها الباحث أشرف جلال حسن محمد سنة 2008 حول أثر التقنيات الاتصالية الحديثة (المواقع، المنتديات، المدونات) على تشكيل الرأي العام في المجتمع العربي - دراسة تشخيصية مقارنة في ضوء مدخل الإعلام البديل- وتسعى هذه الدراسة للإجابة على سؤال أساسي وهو ما طبيعة وحدود التأثير الذي تلعبه المواقع الإلكترونية والمدونات في تشكيل الرأي العام العربي؟

ويتمثل الإطار الجغرافي للدراسة في مدينة الدوحة بدولة قطر، أما إطارها البشري فيتمثل في الجنسيات العربية الآتية: (مصريين، فلسطينيين، قطريين) في المرحلة العمرية من 18- 35 سنة، وقد اعتمد الباحث في الدراسة على استبيان تم توزيعه على عينة عشوائية متعددة المراحل حجمها 600 مفردة، وتوصلت الدراسة إلى النتائج التالية:

- هناك تفوق واضح للوسائل التكنولوجية الحديثة في دفع الجمهور للاعتماد عليها في تكوين آرائهم واتجاهاتهم نحو القضايا المختلفة، نتيجة لتوافر عاملين أساسيين كما يؤكد النموذج الديمقراطي وهما سماح هذه الوسائل بحرية أكبر بكثير من الوسائل التقليدية، وقدرة هذه الوسائل على تحقيق مشاركة الجمهور بفاعلية.

---

[1] -أحمد حسين :مرجع سابق، ص12

- لم تثبت وجود علاقة بين السن والاتجاه نحو الاعتماد على الوسائل الحديثة، في حين ثبت وجود ارتباط بين التعليم، والنوع، والاتجاه نحو استخدام التكنولوجيات الحديثة.
- لم يظهر وجود فروق جوهرية بين النوع، والجنسية، والسن في استخدام الأفراد للتكنولوجيا الحديثة، في حين كان هناك فروق جوهرية راجعة للمستوى التعليمي.
- ظهر وجود توافق كبير بين الذكور والإناث في ترتيبهم للوسائل التي يعتمدون عليها في تكوين آرائهم عن القضايا، والموضوعات المختلفة.[1]
- يميل أفراد الجمهور للاعتماد على الوسائل التكنولوجية في تكوين الآراء في القضايا المحلية، أو الداخلية أكثر منه في حالة القضايا الإقليمية أو الخارجية.

- **الدراسة الثالثة:** دراسة قامت بها كل من الباحثتان هند بنت سليمان الخليفة و سلطانة بنت مساعد الفهد تحت عنوان" المدونات العربية الحاسوبية"- دراسة تحليلية- وتتمحور أسئلة الدراسة حول مايلي:

- نسبة المدونات الحاسوبية مقارنة بالأنواع الأخرى من المدونات.
- مصادر المعلومات في المدونات الحاسوبية.
- الخلفية العلمية لصاحب المدونة الحاسوبية.
- أسباب التدوين.
- نوعية المواضيع المطروحة في المدونات الحاسوبية.
- مدى إقبال واستفادة القراء من المدونات الحاسوبية.

وللإجابة على هذه الأسئلة تم توزيع إستبانة على أصحاب المدونات الحاسوبية، وقد بلغ حجم العينة 60 فردا استجاب منهم 40 مدون، كما تم توزيع إستبانة أخرى على قراء المدونات وبلغ حجم العينة 120 قارئا.

وخلصت الدراسة إلى النتائج الآتية:

- تبين أن أعلى نسبة للمدونين هم من الذكور أي بنسبة 95% مقارنة ب 5% للإناث.

---

[1] - أشرف جلال حسن : مرجع سابق،ص13

- نسبة 54% من المدونين هم جامعيون.
- أعلى نسبة للمدونات الحاسوبية كانت من السعودية بنسبة 57%.
- أكد 49% من المدونين معرفتهم بالمدونات عن طريق البحث في الانترنت.
- أما بالنسبة للمواضيع التي تتناولها المدونات فقد أخذت الأخبار التقنية 15% تليها أنظمة التشغيل ب 11%.[1]
- بالنسبة لأسباب خلق المدونة فأوضحت النتائج أن نسبة 22% كانت لنشر الوعي الحاسوبي، يليها 20% لتكوين الصداقات، ثم 15% لكون المدونة مرجع لأهم الوصلات.
- أما بالنسبة لمصادر المعلومات في المدونة فنجد 15% منها تستقي معلوماتها من مصادر إخبارية أجنبية، و 2% من المجلات الحاسوبية العربية.

وبالنسبة للنتائج المتعلقة بالاستبيان الموجه لقراء المدونات فجاءت كالآتي:

- نسبة 48% من القراء يداومون على قراءة المدونات لأهمية المعلومات المقدمة بها.
- يوجد تفاعل بين أصحاب المدونات والقراء حيث تبين أن نسبة 73% من القراء يقوم بالتعليق على المدونات.[2]

- **الدراسة الرابعة:** قام بها الباحث طلال ناظم الزهيري سنة 2007 حيث قام الباحث بتحليل ظاهرة انتشار التدوين والمدونات على أسس اجتماعية، وذلك باستطلاع عدد من المدونات بكل من موقع مكتوب ، جيران، دون، تدوين،وblogger.

وتوصل إلى النتائج التالية:

- معظم أصحاب المدونات يتخفون وراء أسماء مستعارة.
- معظم المدونات أصحابها من الشباب بين سن 18- 38 سنة.

---

[1] - هند بنت سليمان الخليفة :**المدونات الالكترونية العربية الحاسوبية –دراسة تحليلية**،الندوة الأولى الوطنية لتقنيات المعلومات ،المملكة السعودية، الرياض ،2006، ص6

[2] - هند بنت سليمان الخليفة :مرجع سابق، ص6

- تخفي أصحاب المدونات من الإناث خلف صور الفنانات التي تطغى عليها جانب الإغراء.
- معظم المدونات العربية تخصص مساحة كبيرة لقضايا السياسة، والدين، والجنس.
- يحرص معظم المدونين على الترويج لمدوناتهم أكثر من اهتمامهم بالمحتوى الموضوعي.
- معظم المدونات العربية غير هادفة، ولا يعرف لها اتجاه أو فكرة أو موضوع.
- المدونات العلمية حاضرة بشكل ضئيل جدا في شبكات التدوين العربي.
- مدونات المغرب العربي تناقش أكثر قضايا حقوق الإنسان.
- مدونات الخليج وخاصة السعودية تهم بقضايا المرأة.[1]

- **الدراسة الخامسة:**قام بها الباحث عصام منصور بدولة الكويت سنة2007، تحت عنوان"المدونات الالكترونية مصدر جديد للمعلومات"، قام الباحث من خلال هذه الدراسة باستخدام عينة كرة الثلج للوصول للمشتركين في المدونات الالكترونية، والمتابعين لها بأقسام الهيئة العامة للتعليم التطبيقي والتدريبي، واشتملت العينة على 22 مشتركا قسمهم إلى ثلاث مجموعات بؤرية، وتمت محاورتهم على جلستين استغرقت الواحدة منها من 70 إلى 100 دقيقة.

وبعد رصد الملاحظات خلص الباحث إلى النتائج التالية :

- كثير من مستخدمي المدونات كانوا يعملون بالمدونات منذ أزيد من 5 سنوات.
- معظم المشتركين كانوا يمتلكون مدونة واحدة، وفي ذات الوقت كانوا يتابعون مدونات غيرهم.
- قلة منهم أفادوا امتلاكهم لأكثر من مدونة.
- أغلبهم مدوناتهم لها علاقة بمجالهم الدراسي.
- يبلغ عدد المدونات التي يزورونها أسبوعيا من 5 إلى 10 مدونات، ويستغرقون في الزيارة من5 إلى 10 ساعات.

---

[1]- طلال ناظم الزهيري:**العوامل الاجتماعية وتأثيرها في المدونات العربية**،2007
http// docstu.maktooblblog.com ,14/03/2009, 20.00

- يكاد يتفق الجميع على أن المدونات هي مصدر جديد للمعلومات.
- نصف المشتركين لا يسلمون بصحة المعلومات التي ترد في المدونات.[1]

ج- تقييم الدراسات السابقة:

بعد عرضنا للدراسات السابقة سواء الأجنبية، أو العربية يمكننا تسجيل النقاط التالية:

كانت موضوعات الدراسات ذات أهمية كبيرة خاصة وأن كلا منها ركزت على جانب معين في موضوع المدونات، وسلطت عليه الضوء، وهو ما استفدنا منه كثيرا ووسع نظرتنا إلى الموضوع، مما جعلنا نعتمد على هذه الدراسات في الجانب النظري، وكذلك التطبيقي لاسيما في ضبط محاور أسئلة استمارتي الاستبيان، والإلمام بمختلف الاستخدامات والإشباعات المتعلقة بالمدونات، لاسيما من ، الأولى، والرابعة، والخامسة من الدراسات العربية المعروضة.إلا أن ما يلاحظ على هذه الدراسات مايلي:

- اهتمام معظم الدراسات، وخاصة منها العربية بمجتمع المدونين في الدول العربية ككل، في حين يبقى إعطاء تفسير واحد للنتائج في كل الدول غير كاف سيما وأن كل دولة تختلف عن الأخرى في التركيبة الاجتماعية، والسياسية، والاقتصادية.
- بعض الدراسات يغيب فيها الوصف الكمي للنتائج مما يجعل نتائجها كيفية غير كمية.
- اهتمام معظم الدراسات بالمدونين أكثر منها بقراء المدونات.
- عدم التعرض للمدونات أو قراء المدونات الجزائريين، رغم أن الدراسات تركز على الدول العربية.
- انعدام الدراسات في حدود ما اطلع عليه الباحث حول المدونين وقراء المدونات الجزائريين.

[1] - عصام منصور :**المدونات الالكترونية مصدر جديد للمعلومات** ، الكويت،2007، ص20

رابعـــا: المدخل النظري للدراسة

نظرية الاستخدامات والإشباعات Uses and gratification

أ- الخلفية المعرفية للنظريـــــة: تهتم نظرية الاستخدامات والإشباعات بدراســـــــة الاتصال الجمـــــــاهيري دراســـــــة وظيفيـــــــة منظمـــــــة، فخلال عقد الثلاثـــــينــــــات، والأربعينيات من القرن العشرين، أدى إدراك عواقب الفروق الفردية، والتباين الاجتماعي على إدراك السلوك المرتبط بوسائل الإعلام إلى بداية منظور جديد للعلاقة بين الجماهير، ووسائل الإعلام، وكان ذلك تحولا من رؤية الجماهير على أنها عنصر سلبي غير فعال، إلى رؤيتها على أنها فعالة في انتقاء أفرادها لوسائل، ومضمون مفضل من وسائل الإعلام.[1]

ويعد مدخل الاستخدامات والإشباعات بمثابة نقلة فكرية في مجال دراسة تأثير وسائل الاتصال، حيث يعد النموذج البديل لنموذج التأثيرات التقليدي الذي يركز على كيفية تأثير وسائل الإعلام والاتصال على تغيير المعرفة، والاتجاه، والسلوك، بينما يرتكز مدخل الاستخدامات والإشباعات على كيفية استجابة وسائل الاتصال لدوافع، واحتياجـــــات الجمهور ويتميز الجمهـــــــــــــور في ظل مدخل الاستخدامـــــــات والإشبـــــــــــاعات بالنشاط، والإيجابية، والقدرة على الاختيار الواعي، والتفكير، وبذلك يتغير المفهوم التقليدي للتأثير، والذي يعنى بما تفعله وسائل الإعلام بالجمهور، إلى دراسة ما يفعل الجمهور بالوسائل.[2]

ومن خلال هذا التساؤل الذي طرحته نظرية الاستخدامات والإشباعات على أنقاض السؤال القديـــــــم الذي كان سائدا، يمكننــــــا أن ندرك بأن محور العملية الاتصـــــــالية، حسب النظرية يتمثل في المتلقي الذي يعتبر نقطة البدء، وليس الرسالة الإعلامية أو الوسيلة الاتصالية.[3]

---

[1] - حسن عماد مكاوي، ليلى حسين السيد: **الاتصال ونظرياته المعاصرة**، ، ط 3، الدار المصرية اللبنانية ، 2003 ، ص239

[2] - رضا عبد الواجد أمين: **الصحافة الالكترونية** ، ط،1، دار الفجر للنشر والتوزيع، القاهرة، 2007، ص 255

[3] - صالح خليل أصبع :**الاتصال والإعلام في المجتمعات المعاصرة**، ط4، دار الآرام، الأردن، 2004 ، ص 140

فمن خلال منظور الاستخدامات لا تعد الجماهير مجرد مستقبلين سلبيين لرسائل الاتصال الجماهيري، وإنما يختار الأفراد بوعي وسائل الاتصال التي يرغبون في التعرض لها، ونوع المضمون الذي يلبي حاجاتهم النفسية، والاجتماعية من خلال قنوات المعلومات، والترفيه المتاحة. [1]

وتعد نظرية الاستخدامات والاشباعات اتجاها اتصاليا سيكولوجيا، يبحث ويستقصي استخدامات الأفراد لوسائل الإعلام، ويحدد أسباب استعمال نوع محدد دون الآخر، وكذلك الإشباعات التي يحققها الفرد من وراء تعرضه أو استهلاكه لوسيلة إعلامية معينة، حيث تقوم النظرية على مسلمات مفادها أن الجمهور ايجابي، وأن تفاعله مع وسائل الإعلام يهدف إلى تحقيق عدد واسع من الاحتياجات، بالإضافة إلى أن مستهلكي وسائل الإعلام يعرفون لماذا يستعملونها، وأن الإشباعات تظهر في الأساس في محتوى وسائل الإعلام، وفي التعرض لها وفي المجال الاقتصادي، والاجتماعي للتعرض. [2]

ب - تطور مدخل الاستخدامات والاشباعات: بعد نهاية الحرب العالمية الثانية، وتزامنا مع تطور تكنولوجيا الاتصال ازدادت حاجة الناس لاستخدام وسائل الإعلام والاتصال، في تلك الأثناء وبالضبط في سنة 1959 طرح أليهو كاتز Alihu Katz مقالا رد فيه عن رؤية بيرنارد بيرلسون Bernard Berlson بموت حقل أبحاث الإعلام، وقال إن حقل الأبحاث المرتبطة بالإقناع هو الذي مات، حيث استهدفت أغلب الأبحاث في ذلك الوقت اختبار تأثير الحملات الإقناعية على الجماهير بمعرفة ماذا تفعل الوسيلة بالناس؟ وأظهرت نتائج الأبحاث ضعف تأثير الاتصال الجماهيري في إقناع الجمهور واقترح كاتز التحول إلى التساؤل: ماذا يفعل الناس بالوسيلة الاتصالية؟ وتطور مفهوم الاستخدامات والإشباعات في دراسة بلومر وكاتز سنة 1969 حول الانتخابات العامة البريطانية التي جرت سنة 1964 والتعرف على أسباب مشاهدة، أو تجنب الحملات الانتخابية، وحدد الباحثان بلومر وكاتز وغيرفاتش سنة 1974، ما اختصاص مدخل الاستخدامات والإشباعات بالأصول النفسية، والاجتماعية، للاحتياجات

---

[1] - حسن عماد مكاوي، ليلى حسين السيد : مرجع سابق، ص240

[2] - **ثقافة الانترنت وأثرها على الشباب:** ندوة علمية، إصدارات دائرة الثقافة والإعلام، الشارقة، 2006، ص56

والتوقعات من وسائل الاتصال، والمصادر الأخرى، والتي تؤدي إلى نماذج مختلفة للتعرض للوسيلة والاندماج في أنشطة تنتج من الاحتياجات، والاشباعات، بالإضافة إلى نتائج أخرى لم يكن مخططا لها.[1]

وتطورت أبحاث الاستخدامات والاشباعات في فترة الثمانينات في إطار المنهج التجريبي من خلال دراسات ريكوميني وستاند فورد Riccomini and Stand Ford، وزيلمار وبراينت Zillmar and Braint، حيث أفادت النتائج بارتفاع تفضيل المبحوثين للوسيلة، والتعرض لها في حالة توافق الاشباعات المتوقعة مع الاشباعات التي تم الحصول عليها.

وقد كان لسرعة انتشار الانترنت كما، وكيفا، وجغرافيا، وكذلك طبيعتها التفاعلية دورا كبيرا في تطور أبحاث الاستخدامات والاشباعات، خاصة أن الانترنت تتطلب من مستخدميها تفاعلية أكثر من وسائل الإعلام التقليدية، فالمبدأ في شبكة الانترنت أن مستهلكيها يستهدفون عن قصد المحتوى الذين يريدونه، ويحتاجونه لإشباع حاجات معينة، على عكس مستخدمي وسائل الإعلام الذين في كثير من الأحيان يستخدمونها من باب التعود، والروتين بدون دوافع محددة.[2]

ج - فروض مدخل الاستخدامات والاشباعات: يلخص (كاتز) وزملاؤه افتراضات هذه النظرية في النقاط الآتية:

- جمهور المتلقين هو جمهور نشط، واستخدامه لوسائل الإعلام هو استخدام موجه لتحقيق أهداف معينة.
- يمتلك أعضاء الجمهور المبادرة في تحديد العلاقة بين إشباع الحاجات، واختيار وسائل معينة، يرى أنها تشبع حاجاته.
- تنافس وسائل الإعلام مصادر أخرى لإشباع الحاجات مثل الاتصال الشخصي أو المؤسسات الأكاديمية أو غيرها.
- الجمهور هو وحده القادر على تحديد الصورة الحقيقية لاستخدامه لوسائل الإعلام لأنه هو الذي يحدد اهتماماته، وحاجاته، ودوافعه وبالتالي اختيار الوسائل التي تشبع حاجاته.

---

[1] - رضا عبد الواحد أمين : مرجع سابق ، ص 255

[2] - **ثقافة الانترنت وأثرها على الشباب** : مرجع سابق، ص.ص57. 58

- الأحكام حول قيمة العلاقة بين حاجات الجمهور، واستخدامه لوسيلة أو محتوى معين يجب أن يحددها الجمهور نفسه، لأن الناس قد تستخدم نفس المحتوى بطرق مختلفة بالإضافة إلى أن المحتوى يمكن أن يكون له نتائج مختلفة.[1]

وتحقق نظرية الاستخدامات والإشباعات ثلاث أهداف رئيسية هي:

- محاولة تحديد كيفية استخدام الأفراد لوسائل الإعلام، وذلك بالنظر إلى الجمهور النشط الذي يستطيع أن يختار، ويستخدم الوسائل، والمضامين التي تشبع حاجياته.
- شرح دوافع التعرض لوسائل الإعلام، والإشباعات المحققة من هذا التعرض.
- التأكيد على نتائج استخدام وسائل الإعلام بهدف فهم عملية الاتصال الجماهيري [2]

د ـــ عناصر نظرية الاستخدامات والإشباعات

1 - إفتراض الجمهور النشط: ويرى بالمغرين "Palmagreen" أن الجمهور يكون نشطا من خلال ثلاثة أبعاد رئيسية وهي :

- **الانتقاء:** حيث ينتقي الجمهور الوسائل الإعلامية، والمضامين وفقا لما يتفق واحتياجاته واهتماماته.
- **الاستغراق:** ويتم ذلك من خلال الاندماج مع ما يتعرض له الفرد من مضامين.
- **الإيجابية:** بمعنى الدخول في مناقشات، والتعليق على مضمون الاتصال.[3]

2- لأصول النفسية والاجتماعية لمستخدمي وسائل الإعلام: لقد أدى ظهور مفهوم الإدراك الانتقائي المرتكز على الفروق الفردية إلى افتراض أن الأنماط المختلفة من البشر يختارون الأنشطة بأنفسهم، ويفسرون وسائل الإعلام بطرق متنوعة ومتباينة، أي أن العوامل النفسية يمكن أن تؤدي إلى وجود حوافز، وأن تحدد أصول كثير من استخدامات وسائل الإعلام.[4]

---

[1]- محمد عبد الحميد: **مناهج البحث العلمي في الدراسات الإعلامية**، ط1، عالم الكتب،القاهرة، 2000 ،ص222

[2]- مرزوق عبد الحكيم العدلي :**الإعلانات الصحفية- دراسة في الاستخدامات والاشباعات-**، ط1، دار الفجر،القاهرة، 2004 ، ص 126

[3]- المرجع نفسه، ص.ص 115. 116

[4] - حمدي حسن **: الوظيفة الإخبارية لوسائل الإعلام**، دار الفكر العربي، مصر،1991 ، ص21

وتؤدي العوامل النفسية والفروق الفردية دوراً مهماً في اختلاف الأفراد في اختيار الرسائل الإعلامية، الأمر الذي أدى إلى مفهوم الإدراك الانتقائي لدى الباحثين.

ويؤكد الباحثون في هذا المجال على أن الإنسان ليس حالة سلبية يتأثر بتلقائية ساذجة بكل الرسائل الإعلامية التي يتعرض لها، إنما تأثره تتدخل فيه متغيرات كثيرة، بعضها النفسي الذي له علاقة بشخصية الفرد، ودوافعه واحتياجاته النفسية، وبعضها الاجتماعي الذي له علاقة بالظروف والعوامل المحيطة بالفرد في داخل البيئة الاجتماعية، فالفرد يختار المضمون الذي يتوافق مع تركيبته الذهنية، ويتلاءم مع استعداده النفسـي، وظروفـه الاجتمـاعية، ويلتفت إلى الرسـالة المتوافقـة مع دوافعـه، واحتياجاته، وخبراته، وتوقعاته، وتجاربه النفسية والاجتماعية.

وعلى هذا يمكن أن تكون أسباب التعرض لوسائل الإعلام دوافع نفسية، أو اجتماعية تبحث عن إشباع لحاجة، أو حل لمشكلة عبر وسائل الإعلام المتعددة . وحدد كاتز Katz أن الاتجاه نفسه يقوم على دوافع مختلفة بين الناس، وما لم تعرف الحاجات النفسية التي تدفع الفرد إلى استخدام هذه الوسيلة أو تلك، يكون القائم بالاتصال في موقف ضعيف في إشباع الحاجات والدوافع[1]

3 - دوافع استخدام الجمهور لوسائل الإعلام: وترتبط دوافع التعرض لوسائل الإعلام بمجمـوعة من الحـاجات تتلخص أساسا في حـاجات معرفية، أي الحاجة إلى الخبـر، والمعرفة بشكل عام، حاجات عاطفية كالحاجة إلى الإحساس بالأخوة والمحبة والفرح، حاجات اجتماعية، وحاجات تحقيق الذات، والحاجة إلى الترفيه.[2]

إضافة إلى حاجة الهروب من الواقع، وهي متعلقة بالشرود الذهني، وتخفيف حدة التوتر النفسي [3]

ويشيـر-إليهو كـاتز (Elihu Katz) إلى أن الحاجات تنبع أسـاسا من الأفـراد، ويتوقع هؤلاء الأفراد أن وسائل الإعلام تقوم بتلبية حاجاتهم. ويرى (بلملر (Blumler)

---

[1]- عبد الله يوسف الجبوري: نظريات التأثير الإعلامية المفسرة لسلوك الجمهور ،الجامعة الكندية العربية الحرة ،2009، ص30

[2]- عبد الرحمن عزي :مرجع سابق ، ص244

[3]- منصف الشوفي وآخرون: دراسات إعلامية، ذات السلاسل، الكويت،1995، ص473

و(جورفيتش) أنه لا بد للباحث أن يحدد الأصول النفسية للحاجات أولا، ثم يتعرف على الدوافع المرتبطة بتلك الحاجات، وينبغي ربط هذه الدوافع بتوقعات الجمهور من وسائل الإعلام، وعلى هذا فالدوافع تقوم بوظيفة الدفع والجذب، الدفع في التوقع، والجذب في الطبيعة غير المحسومة للحاجة، وذلك أن الحاجة هي من يولد الدافع، كما يؤكد دينيس ماكويل (D.Macquial) على أهمية النظر إلى مدخل الاستخدامات والإشباعات من منظور مجتمعي، بدلا من المنظور الفردي، ذلك أن الحاجات الفردية لا تظهر بمعزل عن البيئة الثقافية، والاجتماعية، وقدم على هذا نموذجين، أحدهما يؤكد على ربط الاستخدامات بالثقافة، والآخر يؤكد على ربط الاستخدامات بالمعرفة.[1]

أما عن الدوافع فيقسمها روبن (Robin) إلى فئتين هما:

-الدوافع الوظيفية (النفعية): تعني اختيار الفرد لنوع معين من المضمون ولوسيلة اتصالية معينة لإشباع حاجاته من المعلومات، والمعرفة.

-الدوافع الطقوسية: وتستهدف تمضية الوقت والتنفس، والاسترخاء والهروب من الروتين اليومي، والمشكلات.[2]

4 - توقعات الجمهور من وسائل الإعلام: يتوقع الأفراد من وسائل الإعلام - حال التعرض لها - إشباعاً لحاجاتهم، وتقوم هذه التوقعات على الأصول النفسية والاجتماعية لهؤلاء الأفراد.

و لقي مفهوم التوقع الكثير من التعريفات منها على سبيل المثال، تعريف ماكلويد (Mcllouid)وبيكر (Baker) القائل بأن التوقع هو احتمالات الرضا التي ينسبها الجمهور لسلوكيات متنوعة، بينما يرى بيليد، وكاتز أن التوقع هو "مطالب الجمهور من وسائل الإعلام ".[3]

ويعد مفهوم التوقع الذي يربط توقعات أفراد الجمهور بخصائص وسائل الاتصال، وسماتها ومحتواها، وبقيمة الإشباعات الكامنة، والمحتملة التي تنطوي عليها محتوى رسائلها، التي يمكن أن تتحقق

---

[1]- عبد الله اليوسف الجبوري: مرجع سابق، ص25

[2]- مرزوق عبد الحكيم العدلي : مرجع سابق، ص118

[3]- عبد الله اليوسف الجبوري : مرجع سابق، ص27

لهؤلاء الأفراد أحد المفاهيم الأساس التي تنطلق منها افتراضات مفهوم الاستخدام والإشباع، وتقوم عليها دراساته حول الجمهور الفاعل النشط.

وتفترض هذه الدراسات أن لدى أفراد الجمهور العديد من التوقعات التي تبرز من خلال قدرة هؤلاء على إدراك البدائل المختلفة في إطار مساحة كبيرة من حرية الاختيار من بين عدد وافر من مختلف الوسائل، والانتقاء من بين كم هائل من محتوى الرسائل، أو حتى من بين البدائل، والمصادر الأخرى غير الإعلامية، والتي تنسجم مع توقعاتهم وتحقق أكبر قدر ممكن من الإشباع لمختلف احتياجاتهم ودوافعه.

واقترن هذا المفهوم بمدى مقابلة الإشباع الذي يتحقق للأفراد لتوقعاتهم المسبقة لمرحلة ما قبل التعرض بشأن خصائص وسائل الاتصال، وسماتها، ومحتواها، والمتمثل في الإشباعات المتحققة، قياساً بالإشباعات المطلوبة والمتوقعة[1].

5 - استخدام الجمهور لوسائل الإعلام: يشير سيفن ونداهل إلى أن الاستخدام ربما يشير إلى عملية معقدة، تتم في ظروف معينة، يترتب عليها تحقيق وظائف ترتبط بتوقعات معينة للإشباع، ولذلك فإنه لا يمكن تحديده في إطار مفهوم التعرض فقط، ولكن يمكن وصفه في إطار كمية المحتوى المستخدم، نوع المحتوى، العلاقة مع وسيلة الإعلام، طريقة الاستخدام، وعلى سبيل المثال تحديد ما إذا كان الاستخدام أوليا أو ثانويا.[2]

6 -إشباعات الجمهور من وسائل الإعلام: ويفرق لورانس وينر بين نوعين من الإشباعات:

- **إشباع المحتوى:** وينتج عن التعرض لمحتوى وسائل الإعلام وهي نوعين إشباعات توجيهية تتمثل في مراقبة البيئة والحصول على المعلومات، وإشباعات اجتماعية ويقصد بها ربط المعلومات التي يتحصل عليها الفرد بشبكة علاقاته الاجتماعية.
- **إشباعات العملية:** وتنتج عن عملية الاتصال والارتباط بوسيلة محددة، وهي نوعين إشباعات شبه توجيهية وتتحقق من خلال تخفيف الإحساس بالتوتر والدفاع عن الذات وتنعكس في برامج التسلية والترفيه والإثارة، وإشباعات شبه اجتماعية مثل التوحد مع

---

[1] - عبد الله اليوسف الجبوري : مرجع سابق، ص 28

[2] - محمد عبد الحميد: **مناهج البحث العلمي في الدراسات الإعلامية**، مرجع سابق ، ص228

شخصيات وسائل الإعلام، وتزيد هذه الإشباعات مع ضعف علاقات الفرد الاجتماعية وإحساسه بالعزلة.[1]

ه - الانتقادات الموجهة لنظرية الاستخدامات والإشباعات: تلقت نظرية الاستخدامات والإشباعات مجموعة من الانتقادات أشهرها التي أوردها ماكويل وهي:

- تعتبر مقاربة نفسية حدية ومبالغ فيها، فهي تلغي احتمالات التواصل مع تفسيرات أخرى.
- تعتمد بإفراط على دفاتر ذاتية للحالات النفسية للمستخدمين.
- تتراوح باستمرار بين جبرية الدوافع والحاجات الأساسية للمستخدم، وبين تطويعه (المستخدم) التفاعلية مع الرسائل وهما حدان متناقضان.
- تفترض بأن السلوك اتجاه الوسيلة يعتمد على الاختيار الواعي والعقلاني، إلا أن الملاحظ عادة أن عادات الاستخدام هي الموجهة له.
- تواجه فلسفة "الاستخدامات والإشباعات" باستمرار مسألة قوة تأثير المضمون.[2]

أما من أقوى الانتقادات الموجهة لنظرية الاستخدامات والإشباعات فتكمن في الطابع الوظيفي لها، وهو ما يعني تكريس الوضع القائم والتنكر للتغيير الاجتماعي[3]

وقد ساهمت هذه الانتقادات وغيرها في تطوير نظرية الاستخدامات والإشباعات وأدت إلى ظهور اتجاهات جديدة في محاولة لاستدراك النقائص المسجلة: اتجاه يهتم بالربط بين دوافع الاستخدامات وأنواع الإشباعات، وطبيعة المضمون، وطبيعة الوسيلة المستخدمة، واتجاه يهتم بدراسة تأثير العوامل

---

[1]- حسن عماد مكاوي، ليلى السيد : مرجع سابق، ص 249

[2] - فضيل دليو: ***مدخل إلى الاتصال الجماهيري***، مخبر علم الاجتماع الاتصال جامعة منتوري ، قسنطينة، الجزائر، 2003، ص.ص 31. 33

[3]- حمدي حسن : مرجع سابق ، ص 33

النفسية، والاجتماعية عند تعرض الأفراد للوسائل، واتجاه ثالث يهتم بالعلاقات المتداخلة بين دوافع الاستخدام وبين سلوكيات تلك الوسائل اتجاهها.[1]

خامسا: الإجراءات المنهجية للدراسة الميدانية

أ- **مجتمع الدراسة الميدانية:** ومجتمع البحث في دراستنا هو المدونون وقراء المدونات في الجزائر وهو ما يصعب حصره، لذا اخترنا ثلاث ولايات الجزائر العاصمة وتمثل ولايات الوسط، ولاية باتنة تمثل ولايات الشرق، فيما تمثل ولاية رقلة ولايات الجنوب في حين تعذر علينا الوصول إلى ولايات الغرب رغم محاولة إرسالنا للاستبيان لمجموعة من المدونين عبر شبكة الانترنت إلا أننا لم نجد استجابة.

ب- **عينة الدراسة وطريقة اختيارها:**

من المجتمع الأصلي اخترنا عينة ممثلة "فالعينة جزء من الظاهرة الواسعة معبرة عنه كله تستخدم كأساس لتقدير الكل الذي يصعب أو يستحيل دراسته بصورة كلية لأسباب تتعلق بواقع الظاهرة أو بالكلفة أو الوقت، بحيث يمكن تعميم نتائج دراسة العينة على الظاهرة كلها".[2]

ونظرا لصعوبة القيام بدراسة شاملة لجميع مفردات مجتمع البحث، قمنا باختيار أسلوب العينة، حيث اكتفينا بعدد من المفردات، أخذناها في حدود الوقت والجهد والإمكانات، معتمدين في ذلك على عينة كرة الثلج لصعوبة وصولنا للمبحوثين قراء كانوا للمدونات أو مدونين، لأن الظاهرة حديثة بالجزائر، ولا يمكننا استخدام نوع آخر من العينات، وحصر مجتمع الدراسة، إلا بالاعتماد على عينة كرة الثلج التي تعرف على أنها"هي تلك الطريقة التي يتم اختيار المشاركين فيها بواسطة الترشيحات أو

[1] - مرزوق عبد الحكيم العدلي :مرجع سابق، ص131

[2] - صلاح الدين شروخ: **منهجية البحث العلمي**، عنابة، جامعة باجي مختار، 2003 ،ص24

لإحالات، وتمتاز بأنها عند انحدارها تتفرع إلى مجموعة من الكرات الصغيرة دلالة على التفرع والتشعب".[1]

واستخدامها في دراستنا هدفه ضمان الوصول إلى نسبة كبيرة من المبحوثين ، خاصة مع تشتت مجتمع البحث وصعوبة الوصول إليه.

- **مواصفات العينة:**

تتحدد مواصفات أو سمات – عينة الدراسة- من خلال عدد من المتغيرات مثل النوع، المستوى التعليمي وولاية السكن التي يقطن فيها المبحوثين.

وقد اشتملت عينة المدونين على182 مفردة، في حين وصلت عينة قراء المدونات إلى 196 مفرد

➢ **بالنسبة للمدونين جاءت العينة وفقا للجداول التالية:**

- ***جدول1: يوضح توزيع عينة المدونين على الولايات وفقا لمتغير الجنس***

الولايات	باتنة		الجزائر العاصمة		ورقلة		المجموع	
الجنس	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%
ذكر	37	57.81	40	53.33	23	53.48	82	45.05
أنثى	27	42.18	35	46.66	20	46.51	100	54.94
المجموع	64	100	75	100	43	100	182	100

[1] - عصام منصور: مرجع سابق، ص25

- ***جدول2: يوضح توزيع عينة المدونين على الولايات وفقا لمتغير المستوى التعليمي***

الولايات	باتنة		الجزائر العاصمة		ورقلة		المجموع	
المستوى التعليمي	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%
ثانوي	22	34.37	13	17.33	9	20.93	44	24.17
جامعي	30	46.87	40	53.33	16	37.20	86	47.25
دراسات عليا	12	18.75	22	29.33	18	41.86	52	28.57
المجموع	64	100	75	100	43	100	182	100

- ***جدول3 : يبن توزيع عينة المدونين وفقا لمتغيري الجنس والمستوى التعليمي***

الولايات	ثانوي		جامعي		دراسات عليا		المجموع	
الجنس	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%
ذكر	23	52.27	48	55.81	23	44.23	82	45.05
أنثى	21	47.72	38	44.16	29	55.76	100	54.94
المجموع	44	100	86	100	52	100	182	100

➢ **بالنسبة لقراء المدونات جاءت العينة وفقا للجداول التالية:**

- ***جدول 4: يوضح توزيع عينة قراء المدونات على الولايات وفقا لمتغير الجنس***

الولايات	باتنة		الجزائر العاصمة		ورقلة		المجموع	
الجنس	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%
ذكر	34	51.51	36	50.70	30	50.84	100	51.02
أنثى	32	48.48	35	49.29	29	49.15	96	48.97
المجموع	66	100	71	100	59	100	196	100

- ***جدول5: يوضح توزيع قراء المدونات على الولايات وفقا لمتغير المستوى التعليمي***

الولايات	باتنة		الجزائر العاصمة		ورقلة		المجموع	
	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%
ثانوي	18	27.27	19	26.76	25	42.37	62	31.63
جامعي	28	42.42	30	42.25	16	27.11	74	37.75
دراسات عليا	20	30.30	22	30.98	18	30.55	60	30.61
المجموع	66	100	71	100	59	100	196	100

- *جدول6: يبن توزيع عينة قراء المدونات وفقا لمتغيري الجنس والمستوى التعليمي*

الولايات	ثانوي		جامعي		دراسات عليا		المجموع	
	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%
ذكر	34	54.83	38	51.35	32	53.33	100	51.02
أنثى	28	45.16	36	48.64	28	46.66	96	48.97
المجموع	62	100	74	100	60	100	196	100

ج- منهج الدراسة وأدوات جمع البيانات وتحليلها:

1- منهج الدراسة:

تندرج هذه الدراسة المدونات الالكترونية في الجزائر -دراسة في الاستخدامات والاشباعات- ضمن البحوث الوصفية والتي تتطلب منا استخدام منهج المسح الوصفي للتعرف على الظاهرة المدروسة في وضعها الطبيعي الذي تنتمي إليه من خلال مسح كل المعلومات ذات العلاقة بمكوناتها الأساسية وما يسودها من علاقات داخلية وخارجية.

وعرف الباحث "ذوقان عبيدات" «المنهج الوصفي بأنه المنهج الذي يقوم على جمع المعلومات والبيانات عن الظاهرة المدروسة، قصد التعرف على وضعها الحالي وجوانب قوتها وضعفها»[1]

وقد اعتمدت في لدراسة على منهج المسح الوصفي "وهو أحد الأشكال الخاصة بجمع المعلومات عن حالة الأفراد وسلوكاتهم وإدراكهم ومشاعرهم واتجاهاتهم".

"ويعتبر أيضا الشكل الرئيسي والمعياري لجمع المعلومات عندما تشمل الدراسة المجتمع الكلي أو تكون العينة كبيرة ومنتشـــرة بالشكل الذي يصعب الاتصال بمفرداتها عما يوفر جانبا من الوقت والنفقات والجهد المبذول من خلال خطوات منهجية موضوعية".[2]

2 - أدوات جمع البيانات:

- **الاستبيان: Questionnaire**

"هو أسلوب جمع البيانات الذي يستهـــدف استمارة الأفـــراد المبحوثين بطريقة منهجيـــة ومقننة، لتقديم حقائق أو أفكار معينة في إطار البيانات المرتبطة بموضوع الدراسة، وأهدافها دون تدخل من الباحث في التقرير الذاتي للمبحوثين في هذه البيانات، ويعتبر الاستقصاء من أكثر الأدوات شيوعـــا

[1] - أحمد بن مرسلي: **مناهج البحث العلمي في علوم الإعلام والاتصال**، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر ، 2005، ص 28

[2]- محمد عبد الحميد :**مناهج البحث العلمي في الدراسات الإعلامية**، مرجع سابق، ص150

واستخداما في منهــج المســح وذلك لإمكانية استخدامه في جمع المعلومات عن موضوع معين من عدد كبير من الأفراد يجتمعون أو لا يجتمعون في مكان واحد".[1]

وفي هذه الدراسة قمنا بتصميم استمارتين، واحدة خاصة بالمدونين، وأخرى خاصة بقراء المدونات وفقا لمحاور تحددها فرضيات الدراسة والمخل النظري المعتمد؛ أي الاستخدامات والاشباعات.

ومرت الاستمارة بمراحل عدة أولها النظر في التراث النظري للدراسة ومعاينة الدراسات السابقة المشابهة لهذه الدراسة للاستفادة منها، ثم صياغــة أسئلة الاستمارة صياغــة علميــة وتم توزيعها على أربع محاور كبرى :

- أسئلة تتعلق بالبيانات الشخصية حول الجنس (ذكر، أنثى) والمستوى التعليمي ومكان الإقامة(ولاية السكن)
- أسئلة الحقائق حول عادات وأنماط الاستخــدام
- أسئلة تتناول الدوافع وتستهدف الأسباب الحقيقية للمبحوثين والأهداف التي يسعون تحقيقها جراء هذا الاستخدام.
- إعداد الاستمارة في شكلها الأولي بعد ضبط الأسئلة المطلوبة والضرورية ثم إعداد الاستمارة في شكلها الأولي القابل للتعديل .
- اختبار الصدق: وتم اختبار صدق أسئلة الاستمارة بطريقتين:

- توزيع عينة اختيارية وقد تم توزيع ست استمارات على المدونين ، وست استمارات على قراء المدونات للوقوف على جوانب القصور والغموض في الاستمارتين .

- تحكيم الاستمارة: وقد تم توزيع الاستمارتين على كل من الدكتور جمال العيفة أستاذ محاضر بجامعة عنابة في الإعلام والاتصال، والدكتورة راجية بن علي أستاذة

[1] - محمد عبد الحميد :**مناهج البحث العلمي في الدراسات الإعلامية**، مرجع سابق، ص353

محاضرة في قسم علم النفس بجامعة باتنة، قصد إعطاء ملاحظات حول نوعية الأسئلة وكيفية صياغتها وترتيبها المنطقي ومدى ملاءمتها للإطار النظري.

- **الإعداد النهائي للاستمارة:** بعد جمع مختلف الملاحظات تم إعادة صياغة بعض الأسئلة وتم حذف البعض منها، وتم إخراج الاستمارتين في شكلهما النهائي القابل **للتوزيع، وقمنا بتوزيع الاستمارتين في الفترة ما بين 21 مارس إلى 10 أفريل سنة** 2010، وتم توزيع 220 استمارة على قراء المدونات، استرددنا منها 202، وتم إلغاء 6 استمارات،أما بالنسبة للمدونين فقد تم توزيع 215 استمارة،استرددنا منها 209، وألغينا منها27 استمارة.

- **ترميز الاستمارة:** بعد استرجاع الاستمارات من المبحوثين لابد من ترميز الأسئلة وإعطاء كل سؤال رمزا خاصا به لتسهل عملية تفريغه فيما بعد.

- **تفريغ البيانات:** بعد الانتهاء من عملية الترميز يأتي دور تفريغ البيانات حيث صممنا جدولا كبيرا يتضمن ترميز الأسئلة أفقيا وأرقام الاستمارات عموديا.

- **الملاحظة: observation**

تعتبر الملاحظة أداة ضرورية في البحث العلمي "وهي مشاهدة الواقع على ماهو عليه أو في الطبيعة بهدف إنشاء الواقع العلمي وتكون الملاحظة العلمية حيث تكون الإشكالية.[1]

"وتعتمد الملاحظة العلمية على قيام الباحث بملاحظة ظاهرة من الظواهر في ميدان البحث أو الحقل المختبر وتسجيل ملاحظاته وتجميعها لاستخلاص المؤشرات منها، وتتم هذه الملاحظات بواسطة الإدراك الحسي".[2]

3 - أساليب تحليل البيانات:

بعد الانتهاء من عملية تفريغ البيانات لابد لنا من أساليب وآليات لشرح وتحليل البيانات لتفسير الظاهرة تفسيرا مفصلا ومن هذه الأساليب الضرورية:

---

[1]- صلاح الدين شروخ: مرجع سابق، ص29

[2]-محمد الصاوي محمد مبارك :**البحث العلمي أسسه وطريقة كتابته**، المكتبة الأكاديمية، القاهرة، 1996، ص 35

- الجداول الإحصائية: وهي ضرورية لأي دراسة ميدانية لأنها الحاملة للأرقام والرموز.
- النسب المؤوية: وتستخدم لاستخراج الدلالة الإحصائية وهي أيسر وأسهل طريقة على الباحث بالإضافة إلى دقتها .
- معامل الاختلاف والفروق بين النسب المختلفة كا^2 إذ يعتمد عليه في معرفة المتوقع والمشاهد أي معرفة الفرق بينما نشاهده بالتجربة وبين ما نتوقع أن نحصل عليه ويكون ذالك وفق القانون التالي: [1]

$$\text{كا}2 = \frac{(\text{التكرار المشاهد} - \text{التكرار المتوقع})^2}{\text{التكرار المتوقع}}$$

- معامل الترجيح: يستخدم معامل الترجيح في تحليل الأسئلة التي تتضمن الترتيب حسب أولويتها وأفضليتها لدى المبحوثين ولا يمكن التوصل إلى الاختيار المفضل لدى الجمهور إلا باستخدام معامل الترجيح، ويكون ذلك بضرب التكرار في قيمة الرتبة لكل عبارة ثم نجمعها لنحصل على التكرار المرجح لكل عبارة، والعبارة الأكثر تكرارا مرجحا أو اكبر نسبة مئوية هي المفضلة الأولى وهكذا دواليك حتى نصل إلى الرتبة الأخيرة.

[1]- أحمد محمد الطيب : **الإحصاء في التربية وعلم النفس**، ط1، المكتب الجامع الحديث، الإسكندرية، دس، ص75

الفصل الثاني :تكنولوجيا الاتصال وشبكة الانترنت

أولا: تكنولوجيا الاتصال واستخداماتها

ثانيا: شبكة الانترنت

تمهيـــــــد:

شهدت المجتمعات الإنسانية في تطورها عبر العصور عدة مراحل، ولكن لكل عصر مميزاته وخصـــائصه التي تميزه عن بقية العصور الســـابقة أو اللاحقة، فإذا كان عصر البرونز، وعصر البخار وعصر الثورة الذرة، وعصر الثورة الزراعية، ثم عصر الثورة الصناعية هي أكبر الاكتشافات تأثيرا في حيـــــاة البشر، فإن العصر الذي نعيش فيه اليوم يستحق بامتياز تسميته عصر تكنولوجيا الاتصال و الإعلام والمعلومات، حيث أصبح العالم مجرد قرية كونية صغيرة محدودة المعالم والأبعاد، فلم يعد للسيادة الوطنية مكانة في ظل هذا التطور الرهيب في مجال الوسائط التكنولوجية الحديثة ،فأصبحت رسالة واحدة يشاهدها العـــــالم في وقت واحد عبر كـــامل القارات الخمس.[1]

ولقد غير هذا التطور في شكل الاتصال، سيما بعد اكتشاف شبكة الانترنت التي أضافت للاتصال أوجها أخرى من التفاعلية والمرونة.

ونحاول من خلال هذا الفصل التعرض لتطور تكنولوجيا الاتصال، وخصائصها لما لها من دور كبير في ما وصلت إليه اليوم تطبيقات الانترنت حتى وصلت إلـــــى خدمــــــة المدونـــــات الالكترونيـــــة، مسلطين الضوء على شبكـــــة الانتـــــرنت؛ باعتبارها مصدرا لهذه الخدمة، ثم التركيز على تطبيقات الواب 2.0 التي فعلت وطورت العديد من خدمات الانترنت خاصة منها المدونات الالكترونية.

[1]- سمير إبراهيم حسين: **الانترنت شبكة المعلومات الدولية** ، دار هلال للنشر، القاهرة،2002، ص110

أولا: تكنولوجيـــا الاتصال واستخداماتهـــا

أ- تكنولوجيا الاتصال و خصائصها

1. تطور تكنولوجيا الاتصال والإعلام الحديثة: شهد عام (1824) اكتشاف العـــالم الإنجليزي "وليم سترجون Sturgon" الموجـــات الكهرومغناطيسية، واستطاع "صمويل مورس" اختراع التلغراف عام (1837)، وابتكر طريقة للكتابة تعتمد على استخدام "النقط و الشرط"، و قد تم مد خطوط التلغراف السلكية عبر كل أوروبا، وأمريكا والهند خلال القرن التاسع عشر، وعد التلغراف فيما بعد من بين العناصر الهامة في تكنولوجيا الاتصال التي أدت في النهاية إلى وسائل إلكترونية.[1]

وفي عام 1976 استطاع "جراهم بال Graham bill" أن يخترع الهاتف لنقل الصوت إلى مسافات بعيدة مستخدما تكنولوجيا التلغراف؛ أي سريان التيار الكهربائي في الأسلاك النحاسية مستبدلا بمطرقة التلغراف شريحة رقيقة من المعدن تهتز حين تصطدم بها الموجات الصوتية، وتحول الصوت إلى تيار كهربائي يسري في الأسلاك، وتقوم سماعة الهاتف بتحويل هذه الذبذبات الكهربائية إلى إشارات صوتية تحاكي الصوت الأصلي، وبعدها بعام ابتكر "توماس إيديسون Tomas Edison"جهاز الفوتوغراف، ثم تمكن بعده العالم الألماني "إيميل برلنجر Emil Berlinguer من ابتكار القرص المسطح الذي يستخدم في تسجيل الصوت سنة (1887).[2]

وفي عام (1895) شاهد الجمهور الفرنسي أول العروض السينمائية ثم أصبحت السينما ناطقة منذ عام (1928)، وفي عام (1896) استطاع العالم الإيطالي "جوجيلمو ماركوني Marconi" من اختراع اللاسلكي، وكانت تلك هي المـــرة الأولى التي ينتقل فيتنتهـــا الصوت إلى مسافات بعـــيدة

---

[1] - حسن عماد مكاوي ليلى حسين السيد : مرجع سابق، ص.ص 100 .102

[2]- محمد عبد الحسيب ،محمود علم الدين : **الحاسبات الالكترونية وتكنولوجيا الاتصال** ، دار الشروق ، القاهرة ،1997 ، ص 29

بدون استخدام الأسلاك، وكان الألمان والكنديون أول من بدأ في توجيه خدمات الإذاعة الصوتية المنتظمة منذ 1919.[1]

وخلال القرن العشرين اكتسبت وسائل الاتصال الجماهيرية أهمية كبيرة، وخاصة (برامج التلفزيون) الوسائل الإلكترونية باعتبارها قنوات أساسية لنقل الأخبار، والمعلومات، وأصبحت برامج التلفزيون تعكس قيم المجتمع، وأنماط معيشته، وعكست برامج الراديو اهتمامات الناس، وقضاياهم الحالية، مع ظهور ونجاح الصحافة الجماهيرية التي اكتمل نموها في النصف الأول من القرن العشرين.

لقد أحدثت هذه المرحلة ثورة في نظم الاتصال، وحولت العالم إلى قرية عالمية إلكترونية يعرف الفرد فيها بالصورة، والصوت، والكلمة المطبوعة كل ما يحدث زمن وقوعه، إلا أن هذا الانفجار المعلوماتي جعل الإنسان العادي يعجز عن متابعة ما يحدث في العالم على مستوى الأحداث اليومية العامة، أو على مستوى التخصص العلمي أو المهني.[2]

أما مرحلة النصف الثاني من القرن العشرين فتميزت بامتزاج ثلاث ثورات كبرى شكلت نسيجا اتصاليا كبيرا، امتزجت فيه ثورة المعلومات مع وسائل الاتصال المختلفة، بواسطة الحواسيب الإلكترونية، وتمثلت هذه الثورات في:

- ثورة المعلومات المتمثلة في الانفجار المعرفي، أو المعلوماتي؛ حيث أضحت المعارف المتعددة الأشكال، والتخصصات، واللغات العمود الفقري لجميع أشكال الاتصال.
- ثورة وسائل الاتصال وتتجسد في تطور تكنولوجيا الاتصال الحديثة بدءا بالاتصالات السلكية، مرورا بالتلفزيون، وانتهاء بالأقمار الصناعية، والألياف الضوئية.

---

[1]- إبراهيم عبد الله المسلمي : **نشأة وسائل الإعلام وتطورها** ، ط2، دار الفكر العربي ، القاهرة، 2005، ص 308

[2] - محمود علم الدين :**تكنولوجيا المعلومات صناعة الاتصال الجماهيري** ، العربي للنشر والتوزيع ، القاهرة، 1990 ، ص 46

- ثورة الحاسبات الإلكترونية التي امتدت إلى كافة جوانب الحياة، واقتربت بكافة وسائل الاتصال.[1]

وقد أطلق على هذه المرحلة العديد من المسميات، من أبرزها مرحلة الاتصال متعدد الوسائط multimedia، ومرحلة التكنولوجيا الاتصالية التفاعلية interactive، ومرحلة الوسائط المهجنة hypermedia، ومرتكزاتها الأساسية هي الحاسبات الإلكترونية في جيلها الخـــــامس الذي يتضمن أنظمة الذكـــــاء الاصطنـــــاعي، والألياف الضوئية، وأشعة الليزر، والأقمار الصناعية.

كما وردت تحت اسم جادة المعلومات لأول مرة على لسان ألغور نائب الرئيس الأمريكي، وهي تعني أعلى مراحل اندماج جميع التقنيات المتوفرة على صعيد الاتصالات، والمعلومـــــات من التلفزيـــــون، هاتف، كمبيوتر شخصي، أقمـــــار صناعيـــــة، أطباق لاقطة وكابلات، وموجات ميكروية في منظومة واحدة، وضعها تحت تصرف أفراد المجتمع للاستفادة منها في حياتهم العلمية، والاجتماعية.[2]

2. **خصائص تكنولوجيا الاتصال:** إن التطور المتلاحق في تكنولوجيا الاتصال جعلها تتميز بسمات، وخصائص تنفرد بهـــا عن غيرها من الوسائل التقليدية، فقد ساهم كل اكتشاف تعرضنا له سابقا في إضافة خاصية طورت الوسائل الاتصالية، والإعلامية التقليدية، لتستفيد من خدمات هذه التكنولوجيا، إذ أصبح النص المكتوب مسموعا ومرئيا في نفس الوقت، والرسالة بإمكانها تجاوز الحدود الجغرافية والزمنية، لتصل إلى أبعد نقطة في العالم، وفي الزمن الذي يريده المرسل.

---

[1] - يولاند بيروتي: <u>موسوعة المعارف الشاملة الكومبيوتر والانترنت</u>، edito crips، 2002 ، ص 8

[2]- خلاف جلول :<u>وسائل الاتصال وتأثيراتها على العلاقات الأسرية</u>، مذكرة ماجستير غير منشورة ، جامعة الأمير عبد القادر قسنطينة، 2003-2004 ، ص 41

ويمكن أن نلخص خصائص وسمات تكنولوجيا الاتصال فيما يلي:

- **التفاعليـــة Interactivity:**

حيث يؤثر المشاركون في العملية الاتصالية على أدوار الآخرين، وأفكارهم ويتبادلون معهم المعلومات، ويطلق على القائمين بالاتصال لفظ مشاركين بدلا من مصـــــادر، وقد ســـــاهمت هذه الخـــــاصية في ظهور نوع جديـــــد من منتديـــــات الاتصـــــال، والحوار الثقافي المتكامل، والمتفاعل عن بعد، مما يجعل المتلقي متفاعلا مع وسائل الاتصال تفاعلا إيجابيا.[1]

- **اللاجماهيرية Demassification:**

ما يؤخذ على وسائل الاتصال الحديثة تحولها من توزيع رسائل جماهيرية إلى الميل لتحديد هذه الرسائل، وتصنيفها لتلاءم جماعات نوعية أكثر تخصصا، وتشير الدلائل إلى أن رؤية مارشال ماكلوهان عالم الاتصال الشهير الخاصة بوحدة العالم، والحياة في قرية عالمية Global village التي حققتها نهضة الاتصال الجماهيري خلال عقد الستينـــــات، قد أصبحت في حـــــاجة إلـــــى إعـــــادة النـــظر فـــــي عقد التسعينـــــات، والقرن الحادي والعشرين؛ حيث تتجه وسائل التكنولوجيا الحديثة إلى جعل خبرات القراءة، والاستماع، والمشاهدة عبارة عن خبرات معزولة، لا كونها خبرات مشتركة كما يرى ماكلوهان، وبذلك نشهد سقوط العقل الجماعي حيث تنتشر وسائل الإعلام والاتصالات الجديدة التي توصف بأنها غير جماهيرية، بل إنها ذات اتجاهات فردية أو مجموعاتية.[2]

- **اللاتزامنية Asychronization:**

وتعني إمكانية إرسال الرسائل، واستقبالها في وقت مناسب للفرد المستخدم، ولا تتطلب من كل مشارك أن يستخدم النظام في الوقت نفسه، فمثلا في نظم البريد الإلكتروني ترسل الرسالة إلى مستقبلها

---

[1]- مؤيد عبد الجبار الحديثي: مرجع سابق، ص 53

[2]- مؤيد عبد الجبار الحديثي : مرجع سابق، ص 54

في أي وقت دون حاجة إلى وجود مستقبل للرسالة، أو من خلال تسخير تقنيات الاتصـــــال الحديثـــــة مثل الفيديو لتسجيـــــل البرامج، وتخزينها ثم مشاهدتها في الأوقات المناسبة.

- **القابلية للتحرك mobility:**

تعني أن هناك وسائل اتصالية كثيرة يمكن لمستخدميها الاستفادة منها في الاتصال، من أي مكان، ثم نقلها إلى آخر، مثل الهاتف النقال، التلفون المدمج في ساعة اليد، وحاسب آلي نقال مزود بطابعة، كما تعني إمكانية نقل المعلومات من مكان إلى آخر بكل يسر وسهولة.[1]

- **قابلية التحويل Convertibility:**

وهي قدرة وسائل الاتصال على نقل المعلومات من وسيط إلى آخر، كالتقنيات التي يمكنها تحويل الرسالة المسموعة إلى رسالة مطبوعة والعكس، كما هو الحال في أنظمة التيليتكست التي تقدم خدمات، ورسائل مطبوعة على شاشات التلفزيون تلبية لرغبات زبائنها التي أضحت تتميز بالتعدد، والتنوع، ويبرز هذا أيضا في أنظمة الدبلجة، والترجمة للمواد المرئية كما هو الحال في بعض المحطات التلفزيونية مثل (euro sport, euro news).[2]

- **قابلية التوصيل والتركيب:**

لم تعد شركات صناعة أدوات الاتصال تعمل بمعزل عن بعضها البعض، فقد اندمجت أنظمة، واتخذت الأشكال، والوحدات التي تضعها الشركات المختصة في صناعة أدوات الاتصال، ومن الأمثلة

[1] - محمد شطاح وآخرون :**القنوات الفضائية وتأثيرها على القيم الاجتماعية ، الثقافية، والسلوكية لدى الشباب الجزائري- دراسة ميدانية-** دار الهدى، عين مليلة ، دس، ص100

[2] - خلاف جلول : مرجع سابق، ص 45

الدالة على ذلك وحدات الهوائي المقعر، التي يمكن تجميعها في موديلات مختلفة الصنع لكنها تؤدي وظيفتها في مجال استقبال الإشارات التلفزيونية على أكمل وجه.

فهناك الهوائي القائم على الوحدات التالية: الصحن من صناعة شركة (Eston)، والديمو (المحلل) من صنع شركة (Next ware).

- **التوجه نحو التصغير:**

تتجه الوسائل الجماهيرية في ظل هذه الثورة إلى وسائل صغيرة يمكنها نقلها من مكان إلى آخر، وبالشكل الذي يتلاءم وظروف مستهلك هذا العصر الذي يتميز بكثرة التنقل، والتحرك عكس مستهلك السنوات الماضية، ومن أمثلة هذه الوسائل الجديدة تلفزيون الجيب، والهاتف النقال والحاسب النقال المزود بطابعه إلكترونية.[1]

- **الشيوع والإنتشار Ubiquity:**

بمعنى الانتشار حول العالم وداخل كل طبقة من طبقات المجتمع، فتكنولوجيا الاتصال تتجه من الضخم إلى التصغير، ومن المعقد إلى البسيط، ومن الأحادي إلى المتعدد مثل الكمبيوتر الذي يتميز في أجياله الأولى بالضخامة، والعمليات المحددة ليصبح فيما بعد صغيرا، وفي متناول مختلف الشرائح، ومتعدد الخدمات، والوظائف، وهو ما يطلق عليه اسم الكمبيوتر متعدد الوسائط أي يحتوي على شاشة إلكترونية وطابعة، وفاكس، وهاتف.[2]

- **التدويل أو الكونية Globolization:**

التطور المتسارع في هذه التكنولوجيا في اتجاه اختصار عامل المسافة والزمن، هذا التطور بلغ من الأهمية في الحقبة الأخيرة إلى حد أن أطلق البعض على الكرة الأرضية التي نعيش عليها وصف القرية

---

[1]- محمد شطاح وآخرون :مرجع سابق ، ص100

[2]- غسان منير حمزة سنو ،علي أحمد الطراح: **الهويات الوطنية والمجتمع العالمي والاعلامي** ، ط1، دار النهضة العربية، بيروت ،2002، ص139

العالمية، كناية عن القدرة الهائلة التي تتيحها تكنولوجيا الاتصال الحديثة في مجال نقل، وتبادل المعلومات بين مختلف أجزاء العالم الآن واللحظة.[1]

- **التعقيد وكثافة الاستخدام:**

تكنولوجيا الاتصال، وبالذات المتقدمة منها تتسم بكثافة الاستخدام، رأس المـــال، والتعقيد الشديد، وارتفاع التكلفة، وهي لكل ذلك تأخذ صيغة احتكارية، حيث تتركز عادة في أيدي بناء القوة السائدة في المجتمع.

- **الاحتكارية وسيطرة قلة قليلة عليها:**

إن صناعة هذه التكنولوجيا، تتسم بالتركيز الشديد حاليا في عدد محدود من الدول الصناعية الكبرى، ومن الشركات العالمية متعددة الجنسيات، ويؤدي هذا التركيز إلى السيطرة المطلقة لهذه الشركـــات الاحتكـــارية، ليس فقط على عمليـــة نقل، وتسويق هذه التكنولوجيا في الدول الأقل تقدما ولكن أيضا في التأثير على طريقة إدارتها، واستخدامها بل وصيانتها في أحيان كثيرة في هذه الدول، مما يعزز من إحكام قبضة لمجتمعات المصنعة لهذه التكنولوجيا على الدول المستوردة لها وترسيخ تبعية ثانية للأولى في المجال الثقافي.[2]

ب- وظائف تكنولوجيا الاتصال

تقوم تكنولوجيا الاتصال بدور هام في حياة الفرد، والمجتمع، خاصة بعد الانتشار الواسع الذي تعرفه؛ إذ أصبحت لا غنى عنها لما تقوم به من وظائف في مختلف مجالات الحياة في التعليم، والتوثيق، والتجارة، والصحة وغيرها من الميادين، ومن أهم هذه الوظائف:

---

[1] - عبد الفتاح عبد النبي:**تكنولوجيا الاتصال والثقافة**، العربي للنشر والتوزيع ،القاهرة، 1990 ، ص 81

2- المرجع نفسه: ص 82

1- وظيفة التوثيق: لعبت تكنولوجيا الاتصال ممثلة بالحاسوب، والأقراص المضغوطة وآلات التصوير الرقمية دورا كبيرا في توثيق الإنتاج الفكري في مجال الاتصال، والإعلام، وذلك بتناول البحوث، والدراسات الأكاديمية، والتطبيقية العملية، والمعلومات المتخصصة في فروع الإعلام، بتناولها لعمليات التجمع، ووضع النظم، والأساليب الفنية الكفيلة باسترجاع مضمون هذا الإنتاج، وتحليله من خلال فهرسته، وتصنيفه، ثم الإعلام به ليتحقق الاستخدام الأمثل لهذا الرصيد الفكري، ويتسنى الإفادة منه للدارسين، والباحثين، والمهتمين، والمنشغلين بهذا المجال[1].

2- تعمل تكنولوجيا الاتصال والإعلام الحديثة على تقديم المعلومات المتعددة، والمتنوعة والتي تتميز بالضخامة بشكل غير مسبوق، ذلك أن الاتصال الرقمي، والانفجار المعلوماتي والمعرفي جاء نتاجا للتطور غير المسبوق في تكنولوجيا الاتصال، وتكنولوجيا المعلومات الذي استفاد منه الاتصال الرقمي، وساهم في تعميم الاستفادة من ثورة المعلومات، وانتشارها التي غطت كل المجالات نتيجة الخصائص التي تميزت بها تكنولوجيا الاتصال، والمعلومات، وأهمها سعة التخزين.[2]

3- سيرورة انتقال المعلومات: عملت تكنولوجيا الاتصال والإعلام على زيادة السرعة في إعداد الرسائل الإعلامية، والقدرات العالية، والسريعة في كتابتها وتحويلها إلى أشكال مختلفة (من مطبوعة إلى مرئية، ومن مرئية إلى مطبوعة)، والقدرة على نشرها، وتوزيعها متخطية حاجز الزمان، والمكان، ولعب الحاسوب في ذلك دورا كبيرا جراء استخدامه؛ حيث يتيح لنا قائمة ضخمة من المعلومات، والخدمات للاستخدام الشخصي، وإمكانية الارتباط بمختلف

---

[1]- محمود علم الدين: **تكنولوجيا المعلومات والاتصال ومستقبل صناعة الصحافة** ، ط1، دار السحاب، القاهرة، 2005، ص75

[2]- محمد عبد الحميد : **الاتصال والإعلام على شبكة الانترنيت**، ط1.عالم الكتب .القاهرة، 2007 ، ص52

شبكات المعلومات، كما يحتوي الحاسب الآلي على كمية كبيرة من المعلومات يمكن استرجاعها بسرعة فائقة مثل برامج النشر المكتبي، والصحفي، وقواعد البيانات، والفاكس، والبريد الإلكتروني، كما أصبحت أداة ووسيلة اتصال؛ حيث يمكن للحاسب الآلي عبر خطوط الهاتف الإستعانة بالمعدل(Modem)، والاتصال ببعضها، وهو ما يطلق عليه أنظمة الحاسب الإلكتروني التي تتضمن (النصوص المتلفزة، البريد الإلكتروني، عقد الندوات عن بعد)، وتبادل المعلومات، والأحداث العلمية بين المراكز، والمعاهد العلمية على نطاق علمي واسع.[1]

4- قدمت أنظمة (Télétext) للأجيال الجديدة من أجهزة الاستقبال، فرصة متابعة الأخبار، والأحداث، وملخصات الكتب، وبرامج القنوات، وأهم عناوين الصحف، والمجلات المطبوعة على شاشة التليفزيون، في إطار سمة من سمات تكنولوجيا الاتصال الحديثة، وهي قابلية التحويل.[2]

5- أدى امتزاج وسائل الاتصال السلكية واللاسلكية مع تكنولوجيا الحاسب الإلكتروني إلى خلق عصر جديد للنشر الإلكتروني حيث يتم طباعة الكلمات على شاشة التلفزيون أو وسيلة العرض المتصل بالحاسب الإلكتروني، لكي يتسلمه المستفيد في مترله، أو مكتبه؛ حيث يقترب مستخدمو النصوص الإلكترونية من المعلومات بالكمية، والنوعية التي يرغبون فيها وفي الأوقات التي تناسبهم.

---

[1] -إياد شكري البكري :**تقنيات الاتصال بين زمنين** ، دار الشروق للنشر، عمان، 2003، ص26

[2] - محمد شطاح وآخرون ،مرجع سابق، ص 29

6-ظهور العديد من خدمات الاتصال الجديدة مثل الفيديوتكس، والتلتكست، والبريد الإلكتروني، والأقراص المدمجة الصغيرة(CD) التي يمكن تخزين مكتبة عملاقة على قمة مكتب صغير.[1]

7-قد كان لظهور تكنولوجيا الاتصال وتطورها أثرا بالغا في مجال الخدمة التلفزيونية عن طريق الكابل، أو الفضائيات الرقمية عبر الأقمار الصناعية، إذ أصبح الفرد يتلقى آلاف البرامج عبر آلاف القنوات في زمن قصير، وهو يرتشف فنجان قهوة، وحققت الإذاعة المباشرة عبر الأقمار الصناعية، قدرا هائلا من المعلومات، والترفيه للمستخدمين في منازلهم مباشرة، وحدثت تطورات كبيرة في وجود الصورة التلفزيونية من خلال ما يعرف بالتلفزيون عالي الدقة .[2]

8-لقد أدت تكنولوجيا البريد الإلكتروني على شبكة الانترنت إلى ازدياد عدد المواقع الإعلامية التي تقدم خدمات المعلومات في شتى المجالات، لاسيما في المجال الإعلامي؛ حيث تقوم مئات الآلاف من المواقع بإعطاء معلومات عن الوقائع، والأحداث التي تتم في بقاع كثيرة من العالم، وكتابة التقارير الإخبارية، والتعليقات عليها في إطار الخدمة الإعلامية المتكاملة التي تراها تلك المواقع، فتقوم بعملية التعبئة لتأييد الأفكار التي تنادي بها، ومناهضة غيرها من الأفكار، حيث يمكن أن تسهم في تكوين رأي عام إقليمي أو عالمي نحو المواقف والقضايا والأفراد في زمن معين.[3]

[1] - عبد الأمير فيصل: مرجع سابق ، ص19

[2] - المرجع نفسه ، ص 21

[3] -محمد عبد الحميد : **الاتصال والإعلام على شبكة الانترنت**، مرجع سابق، ص 55

9-تجاوز قيود العزلة؛ حيث أخرجت تكنولوجيا الاتصال الرقمي الفرد من عزلته؛ إذ أضحى يتعامل لساعات طويلة مع الحاسب الشخصي بعيدا عن الاتصال بالآخرين في الواقع الحقيقي، حيث لا يتم الاتصال وجها لوجه، ولكن من خلال المحادثات، والبريد الإلكتروني والحوارات مع الآخرين، لا يعرف بعضهم البعض ولا تميزهم سمات خاصة، سوى ما يفرضه هذا الواقع وحاجاته، بدءا من الصداقات الجديدة مع الآخرين في ثقافات مختلفة إلى الاتصال بهذه الثقافات ذاتها، والتجول خلالها، بما يلبي حاجة الفرد إلى الاتصال بهذه الثقافات، وأفرادها ونشأ جراء هذا التفاعل، ما يسمى بالمجتمعات الافتراضية التي يجتمع أفرادها حول أهداف أخرى، قد تكون غائبة في المجتمعات الحقيقية كهؤلاء الأفراد مثل مناهضة العنصرية أو تحريم الجنس والنوع.

جـ - استخدامات تكنولوجيا الاتصال

1) الأقمار الصناعية والاتصال الكابلي واستخداماتهما

1-1 الأقمار الصناعية واستخداماتها: أطلق أول قمر صناعي Sputnik في أكتوبر 1957 من طرف الإتحاد السوفياتي، وكان ذلك إيذانا بثورة الاتصالات الخامسة، وكان أول استخدام للأقمار الصناعية في مجال الاتصالات في 10 جويلية 1962؛ حيث شوهد برنامج تلفزيوني في كل من أمريكا وفرنسا، وبريطانيا في وقت واحد، بعد أن بث أول قمر صناعي مستقر في الفضاء باسم تلستار Telestar، الذي تم الاتصال به عن طريق إقامة هوائيات ضخمة في شمال الولايات المتحدة الأمريكية، مكنت القمر الصناعي من تكبير هذه الإشارات عشرة ملايين مرة قبل إعادة بثها إلى الأرض تستقبلها هوائيات استقبال في كل من إنجلترا وفرنسا، وتوالى بعد ذلك إطلاق الأقمار الصناعية ضمن سلسلة انتلسات التي أتاحت اتصالات دولية واسعة النطاق، لتشمل نقل بيانات الحاسب الإلكتروني، والاتصالات الهاتفية والراديـــــو، ومراقبة الطقس واستخدامات أخرى.[1]

[1]- محمد علي حوات: **العرب والعولمة شجون الحاضر وغموض المستقبل**، ط2، مكتبة مدبولي، القاهرة ، 2004، ص.ص 71 . 72

وفي عــــــام 1967 تم إطلاق الجيــــــل الثاني من أقمــــار انتلســــــات فوق الأطلنطي، الذي حقق الاتصال مع ثلثي الكرة الأرضية، أما الجيل الثالث فكان بين عامي 1968 و 1970 فوق المحيط الهادي والهندي.[1]

بعدها قامت العديد من الدول المتقدمة، والنامية بإطلاق أقمار صناعية، ومنها بعض الدول العربية التي اشتركت في قمر صناعي للتعاون الإعلامي (عربسات 1) 1980 كما أطلقت مصر قمر صناعي سنة 1998 ليشارك الدول الأخرى التي اهتمت باستخدام الأقمار الصناعية في مختلف المجالات.[2]

استخدامات الأقمار الصناعية:

- محطات استقبال وإرسال البث التلفزيوني.
- وسيلة للاتصال التلفزيوني المباشر وغير المباشر.
- عملية الإرسال الإذاعي والتلفزيوني والتلغراف والاتصالات اللاسلكية .[3]
- استخدامها لعقد المؤتمرات عن بعد عندما تستدعي الحاجة.
- الربط بين الحاسبات الإلكترونية ونقل البيانات والصورة والصوت التي تخزنها الحاسبات الإلكترونية بين حاسب وآخر.

---

[1]- محمد علي شمو: **الاتصال الدولي والتكنولوجيا الحديثة**، ط1، مكتبة الإشعاع، الإسكندرية، 2002، ص 335

[2] - عبد الله محمد عبد الرحمن: **سوسيولوجيا الاتصال والإعلام** ، دار المعرفة الجامعية، الإسكندرية ،2002 ، ص.ص 37 . 38

[3] - محمد عبد الحميد : **الاتصال والإعلام على شبكة الانترنت**، مرجع سابق، ص 187

- نقل البريد حيث تنقل الرسالة على المتلقي بواسطة الأقمار الصناعية ليشاهدها على شاشة جهاز الاستقبال في منزله.[1]
- نقل المعلومات بأنواعها المختلفة ثم إعادة استرجاعها بكفاءة وجودة عالية، ولقد حققت تقنية الأقمار الصناعية معظم ما كانت تصبوا إليه الحضارة البشرية من طموحات.
- المقدرة الهائلة على استيعاب مقدار كبير من القنوات الاتصالية التي تحمل الإشارات التناظرية، وتلك الرقمية في آن واحد بواسطة الموجات الكهرومغناطيسية متناهية الصغر وبثها على أكبر جزء من الأرض.
- إمكانية نقل الصور الفوتوغرافية الرقمية دونما حاجة إلى تحويل الإشارات الرقمية إلى إشارات تناظرية.
- باستخدام هذه التقنية أصبح في مقدرة الصحف والمؤسسات الإعلامية المختلفة الإرسال، والاستقبال من وإلى مسافات بعيدة،إلى جانب القدرة على استخدام الإشارات الرقمية مباشرة في عملية نقل الصور والأحداث.[2]
- القمر الصناعي يسهم بشكل كبير بالإضافة إلى بناء نوات اتصالية تشكل حلقة وصل بين عدد هائل من الأمكنة في العالم، في إتاحة حوار تفاعلي عبر معدات تقنية تزداد غنى بما تحتويه من أنظمة كودية شفوية وكتابية، وتزداد غنى أيضا بخواص متميزة بما توفره من حوار يتحقق بقطع النظر عن التموضع المكاني، والزماني للمتحادثين.[3]

---

[1] - عبد الباسط محمد عبد الوهاب: **استخدام تكنولوجيا الاتصال في الإنتاج الإذاعي والتلفزي**، المكتب الجامعي الحديث، 2008، ص .ص 102 108.

[2] - سعيد غريب النجار :**تكنولوجيا الصحافة في عصر التقنية الرقمية**، الدار المصرية اللبنانية، القاهرة، 2003، ص.ص 99 .101

[3] - مي العبد الله سنو : **الاتصال والديمقراطية**، دار النهضة العربية ، بيروت، 2005، ص184

2-1 الاتصال الكابلي واستخداماته: يعد الكابل أحد الوسائط التي تستخدم في عملية نقل الوسائط الصوتية، والمرئية، والنصوص، إما تماثلي،ا أو رقميا، وهو أحد أشكال الاتصال السلكي.[1]

وقد تم بناء أول نظام كابلي في الولايات المتحدة في الجزء الجبلي من ولاية "بنسلفانيا"، للأفراد الذين يرغبون في التقاط الإشارات التلفزيونية من ولاية "فيلادلفيا"، وكان ذلك عام 1946، وبحلول عام 1950 بلغ عدد شركات الكابل العامة في الو.**م.أ** 70 شركة.

وفي عام 1965 وافقت لجنة الاتصالات الفدرالية على اعتبار شركات الكابل محطات تلفزيونية محلية، وذلك لتشجيع تقديم الخدمات المحلية وكان محظورا على شركات الكابل أن تمد نشاطها إلى مسافات بعيدة، أو أن تستورد البرامج .[2]

وفي عام 1972 بدأت لجنة الاتصالات الفيدرالية في إعادة تنظيم صناعة الكابل، ومع حلول 1980 تطورت تكنولوجيا الكابل بشكل كبير، وكسرت حاجز العزلة، وأصبحت توفر عشرات القنوات التلفزيونية وتتيح الاتصال في اتجاهين عن طريق الربط بالحاسبات الإلكترونية، ومن أهم استخدامات الاتصال الكابلي مايلي :

- توفير إرسال واضح لجميع القنوات التي تستخدم الموجات الكهرومغناطيسية.
- استطلاع آراء الجمهور بشكل فوري نحو قضايا مختلفة من خلال الاتصال ثنائي التفاعل.
- إمكانية حقن الحاسب الإلكتروني بالبيانات التي يحتاج إليها المشتركون في أي وقت.
- تحقيق التعليم الذاتي بكفاءة.[3]

[1] - حسن عماد مكاوي: **تكنولوجيا الاتصال الحديثة** ، ط3، الدار المصرية اللبنانية، القاهرة، 2003، ص80

[2] - حسن عماد مكاوي: **تكنولوجيا الاتصال الحديثة** ،مرجع سابق ، ص 81

[3] - إياد شاكر البكري : مرجع سابق، ص.ص 64.65

- إمداد المشتركين بتنوع شاسع من الخدمات البرامجية من خلال عشرات القنوات التلفزيونية الواضحة الإرسال .
- إمكانية توجيه بعض الأسئلة للمشتركين، خلال تقديم البرامج وإتاحة رد الفعل الفوري.[1]
- إمكانية تقديم خدمات برامجية تتناسب وظروف الجماعات المستهدفة، وإتاحة خدمات من المترل (شراء البنوك، الخدمات الطبية، التعلم).[2]

2) الفيديو تكس والألياف الضوئية واستخداماهما

2-1 استخدامات الفيديو تكس

الفيديو تكس هو واحد من بنوك الاتصال المتلفزة، ويسمى أيضا الفيديو داتا (Video data)، ويعد هذا النظام إسهاما مهما في مجال توصيل، وتناقل المعلومات على المستفيدين عبر قواعد معلومات واسعة، ومتنوعة من خلال بث وإرسال معلومات غير محدودة من حاسوب مركزي إلى المحطات الفردية، عبر شاشات التلفزيون، وعن طريق خطوط هاتفية وكابلات وأقمار صناعية ووسائل اتصال سلكية، أو اللاسلكية، وتمتاز بالسرعة وحرية الاختيار، والتزود بمجالات واسعة، وكميات كبيرة من المعلومات.[3]

ويوجد نوعان من الفيديو تكس وهما: الفيديو السلكي والفيديو الإذاعي أو ما يعرف (بالتلتكست).

- خدمات الفيديوتكست Video texte: هو نظام تفاعلي يعمل في اتجاهين، يستخدم عارض للصورة فيديو ديسبلاي، وغالبا ما يكون هذا العارض جهاز الاستقبال التلفزيوني، ويتصل هذا الجهاز

---

[1] - حسن عماد مكاوي: **تكنولوجيا الاتصال الحديثة** ،مرجع سابق ، ص.ص93.94

[2] - حنان يوسف :**تكنولوجيا الاتصال ومجتمع المعلوماتية**، ط1، مكتبة الأطلس للنشر والتوزيع ،2006 ، ص84

[3] - زكي حسين الوردي ، جميل لازم المالكي :**المعلومات والمجتمع** ،مؤسسة الوراق للنشر والتوزيع، عمان ، ص 212

بشبكة خطوط هاتفية، وهو وسيلة تستقبل صفحات من المعلومات تملأ كل صفحة شاشة التلفزيون، ويتم تخزين هذه المعلومات في قاعدة بيانات تكون جاهزة للتعامل معها من خلال توظيف البحث الذي يقوم به مستخدم الجهاز.[1]

- خدمات التيليتكست Télétexte: يعد نظام التيليتكست أكثر شيوعا في العالم من نظام الفيديوتكست، ولا يتيح هذا النظام اتصالا تفاعليا بل هو نظام اتصال لنقل المعلومات في اتجاه واحد، ويعتمد هذا النظام على استخدام قناة تلفزيونية غير مستخدمة لبث البيانات إلى أجهزة الاستقبال بدون تداخل مع قنوات الإرسال العادية.[2]

2-2 استخدامات الألياف الضوئيـــــة

تعد الألياف الضوئية أحد الوسائط الحديثة التي تساعد على تقديم مجال شاسع من الاتصالات، والألياف الضوئية عبارة عن قوائم زجاجية رقيقة للغاية تشبه خيوط العنكبوت، وتسمح بمرور أشعة الليزر خلالها، ويمكن أن يحل هذا الضوء محل الإشارات الإلكترونية التقليدية المستخدمة في خطوط الهاتف، الراديو والتلفزيون ونقل بيانات الحاسب الآلي.[3]

ومن أهم استخداماتها:

- تستخدم كقنوات لنقل الإشارة التلفزيونية، عبر الأقمار الصناعية فضلا عن اتصالات الراديو، مما يعطي للصوت والصورة أكثر وضوحا.تتيح الألياف الضوئية حلولا لكثير من المشاكل الناجمة عن

---

[1] - محمود علم الدين :**تكنولوجيا المعلومات صناعة الاتصال الجماهيري**، مرجع سابق، ص 121

[2] -المرجع نفسه ، ص122

[3] - حسن عماد مكاوي: **تكنولوجيا الاتصال الحديثة** ،مرجع سابق، ص131

استخدام الاتصال السلكي، والكابلات المركزية، والميكروويف، ونظم الاتصال التي تشع بالهوائيات، كما توفر الألياف الضوئية العزل الكهربائي من نقطة إلى أخرى.[1]

3) الحاسب الآلي واستخداماته

تتنوع وتختلف استخدامات الحاسب الآلي من فرد إلى آخر، وهذا راجع إلى اشباعات واحتياجات كل فرد، وهذا الاختلاف نجده في اختلاف مجال العمل، أو الدراسة، أو البحث العلمي ومن بين الاستخدامات نجد:

- معالجة الكلمات: تتيح معالجة الكلمات طباعة أكثر تقدما وسرعة.
- النشر المكتبي: تستخدم أجهزة الحاسوب في إنتاج صفحات كاملة من الصحف، مزودة بالعناوين والنصوص والرسوم.
- تصميم الرسوم: غيرت الحاسبات الإلكترونية من طريقة أداء الناس للرسوم التقنية.
- البريد الإلكتروني: يمكن استخدام الحاسب الآلي في توزيع الرسائل البريدية.
- الاتصال المباشر بشبكات المعلومات، يتيح هذا الاتصال توفير خدمات عديدة من المعلومات، مثل الأخبار، الطقس، الرياضة، خدمات السياحة، السفر، الشراء، ممارسة الأعمال المصرفية، استرجاع المعلومات، التعليم، التسلية، الترفيه.
- أعمال التوليف والتشغيل الذاتي لوسائل الاتصال يلعب الحاسب الآلي دورا مهما في عملية المونتاج، والمكساج للبرامج التلفزيونية، وأفلام السينما.[2]

---

[1] - حسن عماد مكاوي: **تكنولوجيا الاتصال الحديثة** ،مرجع سابق، ص 136

[2] -إياد شاكر البكري : مرجع سابق، ص 98

ثانيا :شبكة الانترنت

تعرف شبكة الانترنت تقدما كبيرا في ظل التطورات الاتصالية الهائلة التي يعيشها العالم؛ حيث أصبحت ظاهرة واسعة الانتشار، ووسيلة اتصال وإعلام تكنولوجية تتميز بالاستقلالية، واللامركزية، وتربط سكان العالم بعضهم البعض بسرعـــــة فــــائقة، وقدرة استيعابيـــــة واسعة، حتى بـــــاتت جزءا مهما في حيـــــاة الأفـــــراد، والمؤسسات لما تقدمه من خدمات نظرا للتطورات المتلاحقة في تطبيقاتها بفعل تقدم تكنولوجيا الاتصال.

أ- تطور شبكة الانترنت وخصائصها

1- تطور شبكة الانترنت

يمكننا التمييز بين مرحلتين في تطور هذا النظام الاتصالي الجديد: مرحلة السبعينات، والثمانينات؛ حيث كانت الشبكة في خدمة الميدان العسكري، والعلمي، ثم مرحلة التسعينات، حيث بدأت عملية إنشاء "شبكة عنكبوتية" عالمية امتدت لتشمل المؤسسات التجارية و الجمهور.

1-1 المرحلة الأولى من (1969-1990م): كانت بداية استخدام شبكة الانترنت في سنة 1969، و كانت تسمى وقتئذ "أربانت" تقتصر فقط على دوائر حكومية عالية السرية بالولايات المتحدة الأمريكية، و تدعمها وزارة الدفاع الأمريكية.

وكان الهدف منها هو إجراء تجارب لإنشاء شبكة الربط بين مراكز أبحاث ومحطات استطلاع و تحكم بالأسلحة النووية.[1]

وقد بدأ مشروع (A.R.P.A.N.E.T) بحاسوبين، ثم أربعة، لتعم التجارب بعد ذلك من خلال شبكة متعددة الآلات تربط بين الحواسيب الموجودة بمراكز أبحاث متباعدة بغرض تبادل البريد الالكتروني، والمعلومات.[2]

---

[1] - مجلة رسالة معهد الإدارة، العربية ،العدد3،العربية السعودية، 1996، ص31

[2] - فضيل دليو: مرجع سابق

و كان في البداية باستطاعة كل شخص على الشبكة أن يرسل رسالة بالبريد الالكتروني إلى شخص واحد فقط، وكانت الخطوات التالية هي العثور على طريقة تتيح للمشتركين أن يذيعوا هذه الرسالة بصورة أفضل؛ بحيث يمكنهم إرسال نفس الرسالة إلى عدة أشخاص في نفس الوقت.[1]

وقد عرفت بداية السبعينات عدة محاولات، و تجارب ميدانية هدفت إلى رفع كفاءة شبكة الأربنت لدعم الاتصالات في المجال العسكري، و صاحب هذه التجارب انضمام العديد من الجامعات إليها، و تمثلت أولى التوسعات العالمية (خارج نطاق الولايات المتحدة الأمريكية)، بانضمام جامعة لندن بانجلترا والمؤسسة الملكية للرادار بالنرويج وسمي هذا النشاط وقتها بمشروع ربط الشبكات (interneting Project)، أما نظام الشبكات الناتج عنه فقد سمي انترنت (Internet) ، وتم في عقد السبعينيات تطوير مجموعة من القواعد، والنظم، والإجراءات المشتركة التي تعمل من خلالها الانترنت؛ بحيث تجعل الحواسيب تتحادث، وتتبادل المعلومات مع بعضها البعض، وأطلق عليها تسمية بروتوكول، ومن ثمة استخدمت هذه البروتوكولات بحلول عام 1980.[2]

وفي عام 1983 قفزت مسألة استخدام هذه الشبكة قفزة نوعية، حيث استخدم بروتوكول التحكم في نقل المعلومات (Tcp/ip)، للاتصال بين الشبكات، وتبادل المعلومات.[3]

وفي نفس السنة تم تقسيم الأربنت (A.R.P.A.N.E.T) إلى شبكتين: أربنت وميلنت (Militrynet work) واقتصرت هذه الأخيرة على الشؤون العسكرية فيما خصصت الأربنت للاستخدامات المدنية، مع إمكانية الاتصال بين الشبكتين.[4] وبعد ذلك وفي عام 1986، تم استحداث

---

[1] - محمد سيد فهمي: **تكنولوجيا الاتصال في الخدمة الاجتماعية**، دار المكتب الجامعي، القاهرة ،2006 ، ص 303

[2] -محمد علي الحوات: مرجع سابق ، ص .ص 30 .31

[3] -محمد عمر الحاجي: **الانترنت ايجابياته وسلبياته** ،ط1، دار المكتبي، دمشق،2002 ، ص 16

[4] - باديس لونيس :**جمهور الطلبة الجزائريين والانترنت – دراسة في الاستخدامات والاشباعات-** ، مذكرة ماجستير غير منشورة ، جامعة منتوري قسنطينة،2007-2008، ص52

بروتوكول جديد عرف باسم بروتوكول نقل الأخبار عبر الشبكات(New transport protocol net work)، والذي كرس إلى خدمة جديدة هي خدمة المجموعة الإخبارية التي عرفت باسم USENET.[1]

2-1 **المرحلة الثانيـــــة (مابعــد1990م):** وصلت شبكة الانترنت في هذه الفترة إلى العالمية التي بإمكان الجمهور أن يشترك فيها من جميع أنحاء المعمورة فقد تميزت هذه المرحلة بظهور الشبكة العنكبوتية العالمية (World wide web) الذي يرمز له بــ (www) والذي تم انجازه في المخابر الأوروبية، المركز الأوروبي للبحث (CERN).[2]

وسرعان ما قامت الجامعات الأمريكية بدور البرمجة وتوفير برامج التصفح (Internet browsers) المتوافقة مع هذا النظام الجديد للإطلاع على المعلومات المصورة، وأفلام الفيديـــــو عبر الانترنت؛ حيث يستطيـــــع أي شخص بسهـــــولة كبيــــرة، استخدام هذه البرامج دون أن يحتاج إلى أن يعرف كيف يتم انتقال المعلومات التي يتحصل عليها بحرية ومجانا في بعض الأحيان.

وتوالت التطورات إذ أصبحت الانترنت، مكتب بريد، وسوقا تجارية، ومكتبة ومخزن برمجيات، ووسيلة تعليم، وتثقيف، وقراءة صحف، ومجلات، ومراكز حوار فكري، وعلمي الفئات المختلفة في عدة أماكن من العالم، كل ذلك باستخدام النص الكتابي، أو الصوري، والصوتي، أو ما يسمى بالأوساط المتعددة.[3]

---

[1] -عامر ابراهيم قندلجي :**تكنولوجيا المعلومات وتطبيقاتها**، الوراق للنشر والتوزيع،عمان، 2002، ص93

[2] -الصادق رابح: الاعلام والتكنولوجيا الحديثة ،ط1،دار الكتاب الجامعي ، العين، الامارات المتحدة ، 2004، ص131

[3] - باديس لونيس : مرجع سابق، ص54

وقد بلغ عدد المتعاملين مع الانترنت سنة 1998 في أمريكا، وكندا إلى 70 مليون فرد، وفي أوروبا 7،31 مليون، أما في آسيا فلا يزيد عدد المستخدمين عن 3،19 مليون فرد، و7،25 مليون فرد في أمريكا الجنوبية، و 8،0 مليون فقط في إفريقيا.[1]

ويمثل الجدول التالي التوسع الكبير لاستخدام الانترنت في العالم في جوان 2009 مقارنة ب سنة 2000:

القارات والدول	عدد السكان لسنة 2009	عدد مستخدمي الانترنت في 2000/12/31	عدد مستخدمي الانترنت في جوان 2009	نسبة المستخدمين من عدد السكان%	نسبة التطور من 2000إلى 2009%
إفريقيا	991,002,342	4,514,400	86,217,900	8.7	1,809.8
أسيا	3,808,070,503	114,304,000	764,435,900	20.1	568.8
أوروبا	803,850,858	105,096,093	425,773,571	53.0	305.1
الشرق الأوسط	202,687,005	3,284,800	58,309,546	28.8	1,675.1
أمريكا الشمالية	340,831,831	108,096,800	259,561,000	76.2	140.1
أمريكا اللاتينية	586,662,468	18,068,919	186,922,050	31.9	934.5
استراليا	34,700,201	7,620,480	21,110,490	60.8	177.0
العدد الإجمالي	6,767,805,208	360,985,492	1,802,330,457	26.6	399.3

الإحصائيات حسب موقع http://www.internetworldstats.com/stats.htm

2- خصائص شبكة الانترنت:

تتميز شبكة الانترنت بمجموعة من الخصائص نذكر منها:

- **التفاعلية:** وتترتب عن هذه الخاصية أنه لم يعد يكفي أن نصف المشاهد بأنه نشط (Active) بناء على اختياراته من بين وسائل الإعلام المتعددة، أو عنيد (Obstinate)، بناء على رفضه، أو قبوله للمحتوى، أو القائم بالاتصال، بل

[1] -انشراح الشال :**الدش والانترنت والتلفزيون في إطار علم الاجتماع الإعلامي**، المدينة برس ، مصر، 2003، ص77

أصبح مشاركا ومتفاعلا في العملية الاتصالية الكلية يؤثر فيها وفي عناصرها ونتائجها. [1]

ولقد عززت التفاعلية مع شبكة الانترنت المفهوم الرئيسي للمستخدم النشيط الذي تقوم عليه نظرية الاستخدامات والاشباعات، إذ يشير المفهوم إلى تبادل الأدوار بين القائمين بالعملية الاتصالية، وفق درجة عالية من السيطرة، والتحكم قوامه تعدد فرص المشاركة، والاختيارات المتاحة أمام المستخدم، وحجم المجهود الذي يبذله المشارك في العملية الاتصالية، من أجل الحصول على المعلومات، ومناقشتها، وتحليلها وارد عليها"[2]

- **الفورية:** ألغت الانترنت الحواجز الزمنية، كما ألغت الحواجز المكانية، إذ أن الاتصال يتم بشكل فوري بغض النظر عن مكان المرسل أو المستقبل، بحيث لا تلحظ اتصالك بحاسب يقع في الصين أنك استغرقت زمنا أطول مما لو كان الاتصال مع حاسب يقع في نفس المدينة .[3]
- **اللاتزامنية:** وتعني إمكانية إرسال الرسائل واستقبالها في وقت مناسب، ولا تتطلب من كل المشاركين أن يستخدموا النظام في الوقت نفسه، فمثلا في نظام البريد الإلكتروني ترسل الرسائل مباشرة من منتج الرسالة إلى مستقبلها في أي وقت دونما حاجة لتواجد المستقبل للرسالة في وقت إرسالها.[4]

[1] - محمد عبد الحميد :**الإعلام والاتصال على شبكة الانترنت**، مرجع سابق، ص71

[2] - بسيوني إبراهيم حمادة :**دراسات في الإعلام وتكنولوجيا الاتصال والرأي العام** ،ط1، عالم الكتب، القاهرة ،2008، ص122

[3] - باديس لونيس : مرجع سابق ، ص 47

[4] - عبد الأمير فيصل : مرجع سابق ، ص25

- **الهيبر تكست:** وهو التعبير الوصفي لأحدث أشكال الكتابة الإلكترونية، وهو يشكل نصا إلكترونيا يرتبط بنصوص أخرى عن طريق روابط داخل النص وهو ما يسمى بالنص الفائق [1]
- **ديمقراطية الوصول إلى المعلومات:** حيث يرى البعض أن الانترنت تمثل العالم الجديد؛ حيث تتحقق الديمقراطية العالمية عبر بوابتها لتصبح برلمانا مفتوحا يعبر فيه كل من يشاء على رأيه، ويشارك في اتخاذ القرارات وصنعها، فحسب المتحمسين للانترنت أن هذه الأخيرة تمثل أقصى الصور لديمقراطية المعلومات، تحت شعار الانترنت في كل مكان، وكل وقت، ولكل الناس.[2]

ب - الخدمات الاتصالية لشبكة الإنترنت

تتميز الانترنت بتقديم عدة خدمات تسهل على المستخدم الوصول إلى أي جزء في الشبكة وتوفر له راحة أكبر في إبحار أكثر ليونة، خاصة بعد تطوير برامج تخاطبية جديدة، واستخدام نظم الوسائط المتعددة التي توفر إمكانية الاتصال، والتخاطب بين الأجهزة الحاسوبية، بالصوت، والصورة، والنص المكتوب، وتتمثل أهم الخدمات فيما يلي:

- **خدمة البريد الإلكتروني Electronic mail:** هو نظام يمكن بموجبه لمستخدم الانترنت تبادل الرسائل مع مستخدم آخر، أو مجموعة مستخدمين من خلال تخصيص مساحة على الخادم الخاص بهم لتكون مخصصة للبريد الإلكتروني، وبالتالي يكون لكل مشترك مع هذا المزود مساحة فرعية خاصة به، ويعطي المشترك عنوانا خاصا به، يمكن من خلاله استقبال الرسائل الإلكترونية، والتواصل مع الآخرين.[3]

---

[1] - باديس لونيس : مرجع سابق ، ص 48

[2] -صلاح سالم : <u>**تكنولوجيا المعلومات والاتصالات والأمن القومي للمجتمع**</u>، ط1، عين للدراسات والبحوث الإنسانية والاجتماعية، مصر، 2003، ص87

[3] -مجدي محمد أبو العطا :<u>**الدليل العلمي لاستخدام الانترنت**</u>، ط1، كمبيوساينس العربية لعلوم الحاسب، القاهرة ،1997 ، ص 11

ويتميز البريد الإلكتروني بانخفاض التكلفة وإمكانية إرسال رسالة واحدة إلى العديد من الأفراد في أماكن متفرقة من العالم في نفس الوقت، وإمكانية ربط ملفات إضافية بالبريد، بجانب تهيئة المتلقي نفسه لقراءة الرسالة، والرد عليها في الوقت الذي يناسبه.[1]

ويعد البريد الإلكتروني الخدمة الأكثر شعبية من الخدمات الاتصالية الأخرى التي تقدمها شبكة الإنترنت، ووفقا لدراسة توصلت إليها مجلة (إنترنت العالم العربي) فإن وظيفة البريد الإلكتروني تعد أهم أهداف مستخدمي الإنترنت؛ حيث بلغت نسبة متصفحي البريد الإلكتروني 71% من إجمالي مستخدمي الشبكة.[2]

- **الشبكة العنكبوتية العالمية:** (World wide web) (www) ظهرت الشبكة العنكبوتية العالمية سنة1991 وتعد تطورا مهما في شبكة الإنترنت؛ إذ قام بابتكارها تيم برنزلي في معهد (CERN) وأصبح أداة الإنترنت الرئيسية حيث كان يهدف مبتكر الويب من وراءه إلى خلق فضاء إعلامي مشترك.[3]

وتتميز صفحات الويب بالتفاعلية، فهي نظام متكامل يميز صفحات الويب يشمل النصوص، الصور، الأصوات، الإطارات والأشكال المتحركة، وهي حالة المشاركة والأخذ، والعطاء، وتستفيد من ميزات الوصلات التشعبية، التي تنقل المستخدم من صفحة إلى صفحة أخرى ومن موقع إلى آخر.[4]

---

[1] -محمد عبد الحميد :**الإعلام والاتصال على شبكة الانترنت**، مرجع سابق، ص78

[2] -فارس حسن :**صحافة الانترنت– دراسة تحليلية للصحف الالكترونية المرتبطة بالفضائيات الإخبارية العربية نت نموذجا**- رسالة ماجستير في الإعلام والاتصال ،الأكاديمية العربية المفتوح الدانمارك ، 2007، ص33

[3]- Daniel K.SCHNEIDER : **le rôle de Internet dans la formation supérieure** : scenarii et technologie, langes, n°02, faculté des lettres et des langues, Alger; 2001,p183

[4] -فارس حسن : مرجع سابق ، ص38

- **القوائم البريدية (Mailing lists):** ويقصد بها نظام إدارة، وتصميم الرسائل، والوثائق على مجموعة من الأشخاص المشتركين في القائمة عبر البريد الإلكتروني، وتغطي القوائم مواضيع ومجالات شتى، وتتناول كل قائمة عادة موضوعا محددا، فإذا كنت تريد متابعة أخبار السباحة مثلا يمكنك الاشتراك بإحدى القوائم المتخصصة في هذه الرياضة، وتصلك تباعا النشرات الخاصة بها.[1]
- **خدمة مجموعة الأخبار:** وتعد من أهم خدمات الانترنت، وهي عبارة عن نظام حاسوبي لإيداع الرسائل العامة، والخاصة، ويعمل بنفس طريقة عمل المنتديات الإلكترونية العامة العادية، ومجموعة الأخبار يتم تشريعها وتوزيعها بالإنترنت عبر خدمة تدعى User .net[2]

وتعد مجموعات الأخبار عبارة عن مجموعة من الأشخاص ذوي اهتمامات مشتركة ترتبط ببعضها، ويمكن وصفها بالمائدة المستديرة التي تضم عددا من الأفراد؛ بحيث يمكن لأي شخص أن يطلع على الرسائل الموجهة من شخص لآخر .[3]

- **خدمة نقل الملفات (FTP):** يشير مصطلح بروتوكول نقل الملفات إلى تلك اللغة التي يستخدمها أي برنامج في الاتصال ببرنامج آخر، ونقل نسخة منه، ونستطيع نقل أي ملف أو برنامج من الإنترنت من تلك المكتبات الإلكترونية المنتشرة في أرجائها، وهي

---

[1] -عبد الفتاح بيومي حجازي :الانترنت والأحداث-دراسة متعمقة على أثر الانترنت في انحراف الأحداث، ط1، دار الفكر الجامعي، مصر، 2002، ص21

[2] - عبد الملك ردمان الدناني: الوظيفة الإعلامية لشبكة الانترنيت ،ط، 1 دار الفجر ، القاهر، 2003 ، ص 122

[3] - فارس حسن: مرجع سابق ، ص 34

تعرف باسم مواقع نقل الملفات (Ftpsites) ومعظم الملفات الموجودة في هذه المواقع تكون ملفات برامج .[1]

- **خدمة التلنت TELENET:** تعرف أيضا بخدمة الربط عن بعد، والتلنت عبارة عن برنامج خاص يتيح للمستخدم أن يتصل بجميع الحواسيب في جميع أنحاء العالم وأن يرتبط بها، وهي خدمة تجعل من حاسوب المستخدم زبونا للتلنت، وذلك لكي يتمكن من الوصول إلى البيانات، والبرمجيات الموجودة في إحدى خدمات تلنت الموجودة في أي مكان من العالم.[2]
- **خدمة جوفر (Gopher):** تعني كلمة جوفر ذلك البرنامج الذي يتبع أحد البروتوكولات البسيطة المستخدمة في التنقيب داخل الإنترنت، وهي ذلك النظام الذي يعتمد على القوائم النصية التي تقوم بتصنيف المعلومات حسب الموضوع، بدلا من تصنيفها تبعا لاسم الملف الموجود داخله، أو تبعا لنوعه، أو موقعه على الانترنت، فهو بمثابة فهرس موضوعي بمحتويات الإنترنت.[3]
- **الدردشة CHAT:** وهي صورة أكثر مرونة؛ حيث تتيح التحدث بطريقة مباشرة Online مع شخص، أو مجموعة أشخاص في الوقت نفسه وبالتالي تنتج محادثة عامة تشمل عددا كبيرا من الأشخاص.[4]

---

[1]- مجدي محمد أبو العطا : مرجع سابق، ص 160

[2] - ربحي مصطفى عليان، محمد عبد الدبس: **وسائل الاتصال وتكنولوجيا التعليم** ، ط2 ،دار الصفا لنشر والتوزيع، عمان، 2003، ص120

[3] - مجدي محمد أبو العطا : مرجع سابق، ص.ص 120. 121

[4]- غالب عرض النواسية : **خدمات المستفيدين من المكتبات ومركز المعلومات**، دار الصفاء ، عمان ،2000 ،ص 293

- **محركات البحث:** هو موقع على شبكة الانترنت مزود بقاعدة بيانات تحتوي على عناوين ومواقع أخرى ويوجد نوعان رئيسيان:
  - نوع عادي يقوم بالبحث في موقع واحد.
  - نوع متميز يقوم بالبحث على الانترنت من خلال أكثر من موقع في آن واحد.

ويوجد العديد من محركات البحث على شبكة الانترنت، كل منها يختلف عن الآخر من حيث طريقة البحث، والوظيفة التي يقوم بها، والمواقع التي يستطيع الوصول إليها وطبيعتها.[1]

جـ - الويــب 2.0 و تطبيقاته

1. تعريف الويب2.0 : هناك اختلاف كبير في تعريف الويب 2.0 حتى أن تيم أورلي Tim Oreilly أول من تحدث عن مصطلح الويب 2.0 قدم تعريفين مختلفين لمصطلح الويب 2.0الأول في سنة 2005، وقدم تعريفا آخرا في سنة 2006، وقد ظهر مصطلح ويب 2.0 لأول مرة سنة 2004 على يد تيم أورلي ودل دوجرتي Dale Dougherty، وقد استخدما هذا المصطلح لوصف الاتجاهات الحديثة وقد حددا لها مجموعة من الخصائص تتلخص في التفاعلية، التعاون، مشاركة المستخدم.[2]

وقد نشأ مصطلح ويب 2.0 خلال جلسة عصف ذهني عقدت بين مؤسسة أورلي ومؤسسة ميديا لايف العالمية، وقول أورلي في مقاله الشهير أنهما انتبها إلى مفهوم الويب2.0 نظرا للأهمية الكبيرة

---

[1] - جمال العيفة: **الثقافة الجماهيرية**، جامعة باجي مختار ، عنابة،2003 ، ص99

[2]-Maness, Jack M: **Library 2.0 Theory: Web 2.0 and Its Implications for Libraries - Webology**, Vol. 3, No. 2 June 2006 http://www.webology.ir/2006/v3n2/a25.html 12 /02/2009, 20.00

للانترنت، خاصة في ظل ظهور العديد من التطبيقات الحديثة التي ظهرت في هذا الوقت، وشكلت ظاهرة غير عادية، وكان أورلي على يقين بأن مفهوم الويب 2.0 لم يكن واضحا في أذهان الكثيرين.[1]

لذا وضع تيم أورلي تعريفا للويب 2.0 بعد 18 شهرا من إعلانه عن مصطلح ويب 2.0 لأول مرة وتحديدا في سبتمبر 2005، وعرفه على أنه خدمات ذاتية وإدارة للبيانات الحسابية يقوم بها مستخدم الانترنت للوصول إلى محتويات الويب كاملة.

ويمثل الويب 2.0 ذلك التطور الذي طرأ على تطبيقات الانترنت من الجيل الأول إلى الجيل الثاني، فعلى سبيل المثال في الجيل الأول كانت الموسوعة البريطانية Britannica هي النموذج الأمثل للموسوعات الإلكترونية، بينما في الويب 2.0 حلت محلها الموسوعة الحرة Wikipedia؛ حيث يشترك المجتمع في إثراء محتواها، والمواقع الشخصية في الويب 1.0 حل محلها المدونات في بيئة الويب 2.0 ويقول بريدينج مارشال Breeding Marshall حول مفهوم الويب 2.0 أنه لا يوجد أحد يمكنه معرفة المعنى الحقيقي للويب 2.0؛ حيث أن كثير من التقنيات المنسوبة إلى الويب 2.0 موجودة منذ فترة طويلة مستخدمة في الجيل الأول من الويب 1.0، فالويب 2.0 لم يأتي بتقنيات جديدة، ولكنها جاءت بطرق جديدة لتقديم خدمات الانترنت، وهو فلسفة، وأسلوب جديد لتقديم خدمات الجيل الثاني من الانترنت، تعتمد على دعم الاتصال بين مستخدمي الانترنت، وتعظيم دور المستخدم في إثراء المحتوى الرقمي على الشبكة، والتعاون بين مختلف مستخدمي الانترنت في بناء مجتمعات إلكترونية، وتنعكس تلك الفلسفة في عدد من التطبيقات التي تحقق سمات وخصائص الويب 2.0 أبرزها المدونات Blogs، التأليف الحر Wiki، وصف المحتوى Content Togging، الشبكـــــات الاجتماعية Online social networks.[2]

---

[1]- O'Reilly, Tim: **What Is Web 2.0 : Design Patterns and Business Models for the Next Generation of Software** 2005 , http://www.oreillynet.com/pub/a/oreilly/tim/news/2005/09/30/what-is-web-20.html, 12 /02/2009, 21.00

[2] - محمود عبد الستار خليفة :**الجيل الثاني من خدمات الانترنت –مدخل إلى دراسة الويب 2.0 والمكتبات 2.0**، cybrarians journal، العدد18 ، مارس 2009

ومن أهم التغييرات التي أحدثها الويب 2.0 مايلي:

- **دعم الاتصال:** وذلك بجعل الاتصال أسهل في مجتمع الانترنت، فهي تربط بين المواقع، وبعضها، وتجمع الأفراد في شبكات اجتماعية مثل My space، Face book ، كما تربط بين تقنيات الإنترنت، وتقنيات عالم المحمول.
- **إعطاء الأولوية للمستخدمين:** حيث أصبح للمستخدم دور كبير في إضافة المحتوى، فمثلا في المدونات، والويكيز، يعد المستخدم هو المحرر الأساسي لهذه التطبيقات، وهو الذي يديرها عكس السابق كانت إضافة المحتوى تقتصر على أصحاب المواقع.[1]

2. تطبيقـــــات الويب 2.0

- **التأليف الحر Wiki:** مصطلح ويكي Wiki كلمة مأخوذة من شعب جزر هاواي الأصليين، وهي تعني "بسرعة"، وقد استخدمت في مجال الانترنت للتعبير عن سرعة الكتابة في الموسوعات الحرة، وكان أول ظهور لتطبيقات التأليف الحرفي 1995 حيث قام كل من وارد كومنجام Ward Comingham ، وبوليوف Boleuf بإنشاء موقع ويكي وهوwiki wiki web، ويعتبر الويكي مصدرا حرا إلكترونيا يشارك المجتمع في صياغة، وتعديل محتوياته؛ حيث يسمح لأي مستخدم بإضافة معلومات جديدة أو تعديل المعلومات الموجودة فيه، وهو يقوم على مبدأ مشاركة المجتمع في إثراء المعرفة.[2]

ومن أهم تطبيقات الويكي، الموسوعة الإلكترونية الويكيبيديا التي تأسست سنة 2001 من طرف "لاري سانجر" و"جيمي ويلر" كموسوعة حرة متاحة على الخط المباشر "Online"، وتقوم

---

[1]-Carton, Sean: **Web 2.0: What Is It Really?** ,Mar 5, 2007, http://www.w3.org/1999/xhtml ,12.02.2009 .21.00

-

[2]- محمود عبد الستار خليفة: مرجع سابق

الويكيبيديا على مبدأ الحكمة الجماعية أفضل من الفردية فأي شخص يمكنه كتابة مقالة على الويكيبيديا، وتنقيتها، والزيادة فيها وبالتالي نصل إلى مقالة بعدد كبير من المشاركين.[1]

كما أن الويكي يتوفر على عدة تطبيقات بالإضافة إلى الويكيبيديا هي:

- ✓ تطبيق الكتب الحرة Wiki books.
- ✓ تطبيق القواميس الحرة Wikitionary.
- ✓ تطبيق الأعمال الحرة Wiki news.
- ✓ تطبيق التعليم العالي الحر Wiki univeristy.
- ✓ تطبيق الوسائط المتعددة الحرة Media wiki.

ومن خصائص التأليف الحر:

- تبسيط عملية تحرير المحتوى؛ إذ يستطيع أي أحد تغيير المحتوى، أو تعديله بكل سهولة؛ حيث تظهر له صفحة نموذج لتحرير المحتوى، ثم يقوم بحفظ التعديلات التي قام بها لتظهر في الأخير كما حررها.
- تستخدم تطبيقات التأليف الحر أوامر بسيطة لتنسيق محتوياتها.
- تحتفظ تطبيقات التأليف الحر بسجل التاريخ الصفحات، فإذا أخطأ شخص ما في تحرير إحدى الصفحات يمكنه الرجوع إلى الصفحات السابقة المحفوظة.
- تسمح مواقع التأليف الحر لأي زائر بالتعديل، أو إضافة المحتوى دون الحاجة إلى التسجيل في الموقع.[2]

- **الشبكات الاجتماعية:** وهي مواقع تشكل مجتمعات إلكترونية ضخمة وتقدم مجموعة من الخدمات التي من شأنها تدعيم التواصل، والتفاعل بين أعضاء الشبكة الاجتماعية من خلال

---

[1] - أسامة قشاشة : **تطبيقات الويب 2.0 في المكتبات الوكيز**، cybrarians journal، العدد18 ، مارس2009

[2] -محمود عبد الستار خليفة : مرجع سابق

الخدمات، والوسائل المقدمة مثل التعارف، والصداقة، والمراسلة والمحادثة الفورية إنشاء مجموعات اهتمام، وصفحات للأفراد، والمؤسسات المشاركة في الأحداث والمناسبات، ومشاركة الوسائط مع الآخرين كالصور والفيديو والبرمجيات.

ومن هذه الشبكات التي جلبت اهتمام الكثيرين:

1- **الفايس بوك Face book:** تأسس موقع الفايس بوك سنة 2004 من طرف "مارك زكريرغ " وهو طالب في جامعة هافارد الأمريكية، حيث كان الموقع في البداية عبارة عن شبكة لتعارف طلاب البكالوريوس في جامعة هافارد، ثم تدريجيا بدأ فتح الشبكة لطلاب جامعات الإيفي ليغ Ivy League، وفي سنة 2005 توسع الموقع باتجاه طلبة الثانويات الأمريكية، ثم إلى كندا وبريطانيا، وبعدها وفي عام 2006 إلى بقية دول العالم .

وقد عرف الفايس بوك قفزة نوعية من حيث عدد المستخدمين له فحتى مارس 2009 بلغ عدد أعضائه أكثر من 175 مليون عضو.[1]

2- **التويتر Twitter:** هو شبكة اجتماعية يتم التواصل فيها بين الأعضاء ويقدم خدمة تدوين مصغر، والتي تسمح لمستخدميه بإرسال تحديثات Tweets عن حالتهم بحد أقصى 140 حرف للرسالة الواحدة وذلك مباشرة عن طريق موقع تويتر، أو عن طريق إرسال رسالة نصية قصيرة Sms أو برامج المحادثة الفورية أو التطبيقات التي يقدمها المطورون، وتظهر التحديثات في صفحة المستخدم ويمكن للأصدقاء قراءتها مباشرة من صفحتهم الرئيسية أو زيادة ملف المستخدم الشخصي وكذلك يمكن استقبال الردود والتحديثات، عن طريق البريد الإلكتروني، وعن طريق الرسائل النصية القصيرة[2]

[1] - ابراهيم علوش: **موقع الفايس بوك هل من أجندة خفية**، www.free arabe voice.org, 03/02/2009.16.20

[2] -محمد بشير : **ماهو التويتر وكيف تستفيد منه** ، http//basheer me/blog_/2009/04/06,15.35

- **وصف المحتوى (Content togging):** وهو استخدام الكلمات المفتاحية في وصف الكيانات الرقمية، وهي تكون عبارة عن كلمات حرة لا تخضع لأي نظام مقنن، وتقوم فكرة تطبيقات وصف المحتوى على مشاركة المستخدم في إضافة الكلمات المفتاحية الخاصة به إلى المصادر؛ حيث يمكن أن يصف صورة، أو ملف صوتي، أو فيديو، وهذا التطبيق يحقق واحدا من أهم مبادئ الويب 2.0 وهو مبدأ مشاركة المستخدم في بناء المحتوى، ومن النماذج الشهيرة لوصف المحتوى موقع الصور الشهير Flicker وموقع Youtube فكلاهما يسمح للمستخدم بوضع واصفات لمحتوى الصور أو الفيديو الذي أضيف إلى الموقع.[1]

- **الوافي للموقع RSS**

الملخص الوافي للموقع عبارة عن تقنية تمكن المستفيد من الحصول على آخر الأخبار والمعلومات فور ورودها للموقع بشكل تلقـــائي، بدلا من تصفح الموقع كـــــاملا، فهي تخطر المستفيد بما يستجد من أخبار في الموقع، وذلك من خلال استخدام برامج يطلق عليها RSS Reader من أجل جمع، وتصفح المعلومات، وتظهر هذه المعلومات المستقاة على الديسك توب الخاص بالمستفيد، أو أي جهاز آخر يدعم هذه الخدمة كالأجهزة، التليفونات المحمولة، ولا تقتصر هذه العملية على المعلومات المكتوبة فقط، بل تتعداها أيضا إلى الملفات السمعية والمرئية التي تقرأها أجهزة mp3 وأجهزة IPod.[2]

---

[1] محمود عبد الستار خليفة:مرجع سابق

[2] - محمود عبد الستار خليفة :مرجع سابق

ترجع فكرة الملخص الوافي للموقع إلى العالم رامانثان جوها Ramanathan V. Guha حيث فكر سنة 1995 في ابتكار طريقة لإعادة هيكلة مواقع الإنترنت وواصفات محتواها، وفي مارس 1999 أنتجت أول إصدارة من الملخص الوافي للموقع وأطلق عليها RSS 0.9، وكانت تلك الدراسات تجرى تحت مظلة شركة نيت سكيب Netscape.

استكملت تطويرات تقنية الملخص الوافي للموقع في شركة Userland، وفي 2002 صدرت أول إصدارة تدعم التعامل مع الملفات الصوتية، والمرئية، وسميت RSS 2.0، وفى يوليو 2003 قام مركز خدمات الانترنت والمجتمع بجامعة هارفارد الأمريكية بتوحيدها كمعيار عالمى، ثم توالت إصدارات RSS.[1]

تعد هذه بعض التطبيقات الشهيرة للويب 2.0 والتي أضافت إلى الشبكة العديد من الخدمات ودعمت التفاعلية فيها، كما تعتبر المدونات الإلكترونية أحد أهم هذه التطبيقات وسنفصل فيها في الفصل الثالث باعتبارها موضوع دراستنا.

[1] -- محمود عبد الستار خليفة :مرجع سابق

تمهيـــــد

يعرف العالم اليوم تطورا سريعا في مجال الاتصال، فالنظام الرقمي الذي جمع بين تكنولوجيا المعلومات وتكنولوجيا الاتصال، أدى إلى تقدم كبير في الخدمات الاتصالية التي يقبل عليها الجمهور بشكل ملفت للانتباه.

فالجيل الثاني من خدمات الانترنت أعطى مرونة كبيرة للاتصال، ودعم دور المتلقي ليصبح منتجا، ونشطا، ومتلقيا، ومرسلا في نفس الوقت؛ إذ أتيحت له فضاءات رقمية يستطيع من خلالها التعبير عن ما يريد دون قيد، أو رقابة، ووفقا للمعايير التي يختارها ويحددها، وأحد هذه الفضاءات المدونات الإلكترونية التي انتشرت، وأصبحت ظاهرة اتصالية على الشبكة، متاحة على مختلف المواقع الإلكترونية وباتت تشكل نوعا من النشر الإلكتروني.

ومن خلال هذا الفصل سنحاول تسليط الضوء على تاريخ ظهور المدونات، وخصائصها وأبعادها، بالتركيز على دوافع التدوين واستخدامات المدونات الإلكترونية.

أولا: تطور المدونات الإلكترونية

أ- تطور المدونات الإلكترونية في العالم: يعود أصل المدونات الإلكترونية إلى قائمة الروابط والتعليقات التي كان ينتجها العلماء، ويستخدمونها في أبحاثهم، وتعود أول مدونـــة إلكترونية إلى الصفحة الرئيسية لموقع Tim berner lee في سنة 1989؛ حيث كان في كل مرة يضيف له روابط جديدة، وتعليقات مختصرة.[1]

وفي تلك الفترة كان يعرف بالموقع، ولم يطلق عليه بعد اسم مدونة، وكانت على موقع:http://infocern.ch، وهدفها التعبير عن مواقع الويب عند أول ظهور لها.[2]

وقد بدأ ظهور المدونات على شبكة الانترنت بالشكل الذي تظهر عليه اليوم في الرابع من أكتوبر1994عندما ظهرت مدونة ديف وينر Dave Winer مبرمج البرنامج الإلكتروني مانيلا [1].

---

[1]- DESAVOYE, Benoît ; DUCAMP, Christophe : ***Les blogs : nouveau média pour tous*** , M2 , Edition, Paris, 2005,p26

[2]- عصام منصور : مرجع سابق

وكان يهتم من خلال مدونته بكتابة الأخبار وتسجيل ردود الأفعال والتعليق على مجموعة من القضايا[2].

وكان أول ظهور لاصطلاح واب بلوغ Weblog أواخر سنة 1997 من طرف جون بارغر John Barger .بموقع Robot Wisdom، بينما ابتدع بيتر مارهولز Peter Merholg، مصطلح "بلوغ" سنة 1999 وذلك بفصل المصطلح "Weblog" إلى العبارة "We blog"[3].

وفي هذه السنة سجل Jesse James Carret وجود 23 مدونة على الشبكة، ويرى البعض أن الولادة الحقيقية للمدونات الإلكترونية كانت بعد أحداث 11 سبتمبر 2001 بخلق مدونات تسمى بمفكرات الحرب "Warblogs" بمبادرة من المعلقين المحافظين المتطلعين.[4]

وفي ديسمبر 2002، برزت قوة المدونات إثر حادثة هامة في و.م.؛ حيث اضطر "ترينيت لوت" Trent lott قائد حزب الأغلبية في مجلس الشيوخ الأمريكي إلى الاستقالة من منصبه بسبب تعليقات عنصرية صرح بها في أحد الاحتفالات، ففي الوقت الذي لم تعرها فيه وسائل الإعلام أهمية لم يهضمها المدونون، وشنوا عليه هجوما وصل إلى التفاف وسائل الإعلام والرأي العام بالقضية، وأصبحت فضيحة بالنسبة للجميع.[5]

كما كان للحرب على العراق دورها في انتشار المدونات الإلكترونية ففي سنة 2002 ظهرت هناك مدونات مؤيدة للحرب من أشهرها انستابوندت، وفي عام 2003 ظهرت المدونات كوسيلة للعديد من الأشخاص المناوئين للحرب في الغرب، للتعبير عن مواقفهم السياسية، ومنهم مشاهير السياسة الأمريكية أمثال "هوارد دين"، وقد دعم انتشار المدونات الدور الذي لعبه معهد آدم سميث البريطاني في تأصيلها من خلال استخدامه لها.[6]

---

[1]- فرانسيس بيزاتي : مرجع سابق

[2] - Bonnie A. Nardi , Diane J. Schiano, Michelle Gumbrecht :Ibid, p 114

[3] -عصام منصور: مرجع سابق

[4] - فرانسيس بيزاتي : مرجع سابق

[5] - جمال الزرن:مرجع سابق

[6] - برونزيك :<u>البلوج أداة قوية لجمع معلومات السوق</u> ، مؤتمر مديري المواقع ،نقلا عن صحيفة الجزيرة 2004/5/9 http//www.aljazira.com.sa/dijimag/ogo2004/maa 35.htm, 16/02/2009,14.23

ومن ناحية أخرى ظهرت في هذه الفترة مدونات يكتبها عراقيون، بعضهم يعيشون في العراق، ويكتبون عن حياتهم في الأيام الأخيرة لنظام صدام حسين أثناء الاجتياح الأمريكي، وكان من أشهر المدونات في تلك الفترة، مدونة أحد العراقيين الذي أطلق على نفسه اسم "سلام باكس" وانتقد بأسلوب لاذع صدام حسين، وكان يلاحق المحتلين الأمريكان في كل مكان، وأعطى صورة أكثر حيوية من غالبية المراسلين الأجانب، للحياة في بغداد قبل الاجتياح العسكري وأثناءه وبعده، وحسب روس ما يفيلد المديرة العامة لشركة Social text فإن عدد قراء المدونات يناهز 3 ملايين كانوا نصف مليون في ماي 2001 ومليون بعد عام من هذا التاريخ.[1]

واكتسبت المدونات في مجال الحرب شهرة كبيرة، وتمت طباعة إحدى هذه المدونات، وهي مدونة أين رائد (Where is Read) المكتوبة في غالبيتها بالإنجليزية في كتاب مطبوع ورقي، وبذلك شكل مفهوما حديثا للمراسل الحربي.[2]

وفي أثناء الحرب على العراق كان لدى خوان كول "أستاذ التاريخ" الكثير ليقوله حول الإرهاب والحرب على العراق، لكن القليل من كان يصغي إليه ولم يستطع نشر مقالاته في الصحف، لكنه حين أنشأ مدونته حصل على 250 ألف قارئ شهريا، وبدأ في الظهور في وسائل الإعلام، بل وشهد أمام لجنة مجلس الشيوخ للعلاقات الخارجية، ويقول نتيجة لتدويناتي، دعتني مجلة ميدل إيست جورنال للمساهمة في عدد خريف2003[3].

ولبيان أهمية هؤلاء المدونين في كشف حقيقة الغزو الأمريكي للعراق تقول "إلزابيت لاولي" الأستاذ المساعد بإدارة تكنولوجيا المعلومات في معهد روشيستر للتكنولوجيا "إنهم البلوغرز جعلوا المشكلة مع العراق أكثر إنسانية؛ فحينما ذهبنا إلى الفيتنام لعب التلفزيون دورا في تغيير صورة الأوضاع هناك، وغير بالتالي رأي الأمريكيين في الحرب، وقد قام المدونون بدور مشابه هذه المرة، بعدما وفروا

[1] - فرانسيس بيزاني :مرجع سابق

[2] - دشن القحطاني :مرجع سابق

[3] - محمد السعيد أحجيوج: مرجع سابق

للناس منتدى عالميا حول المشكلة وأعطوا لقطات سريعة للحياة في البلد الذي وقعت به الحرب بالصوت والصورة. [1]

وفي شهر سبتمبر 2004 نشرت شبكة CBS الإخبارية تقريرا لكبير مذيعيها "دان رادز Dane Radz" حول وثائق ذات صلة بخدمة الرئيس بوش العسكرية، وقد بدت بالنسبة لصاحب مدونة "Power line" وثائق مزورة، فكتب عن ذلك في مدونته، وفي غضون ساعات تحصل من أحد القراء على وثائق أصلية صادرة عن الحرس الوطني، فقام بنشرها فورا على مدونته، وبدأ 500 موقعا آخر، يتحدثون عن مدونة Power line، وبدأ الحديث عنها في وسائل الإعلام الأمريكية، ويقال أن هذه الحادثة كانت بداية لنضج المدونات الإلكترونية. [2] وبذلك وفي سنة 2004 أصبحت المدونات ظاهرة عامة بانضمام العديد من المستفيدين من الانترنت إلى صفوف المدونين، وتطور الأمر إلى أن أصبح عام 2005 هو عام المدونات [3].

وبرز دور المدونات خلال كارثة جنوب شرق آسيا تسونامي؛ حيث سبق كتاب المدونات الصحـــــــافة بتغطية الكارثة، وغطوا بالتفصيل كلمة وصورة الدمار الحاصل؛ حتى أن كبريات قنوات التلفزيون قامت بالنقل عن هذه المدونات، ولعبت دورا في دفع الناس للتبرع، حتى أن هذا الحماس دفع الحكومة البريطانية إلى الرفع من قيمة تبرعها، بعد أن فاق تبرع البريطانيين ما كانت تعتزمه ونفس الشيء قامت به المدونات إثر إعصار كاترينا في الولايات المتحدة الأمريكية. [4]

ومن كل هذا يمكن القول أن المدونات الإلكترونية تطورت عبر ثلاث مراحل:

---

[1] - محمد جمال عرفة:**المدونات الالكترونية**، مجلة المجتمع، العدد 1701 بتاريخ 24 جوان 2006 ، http://www.almujtamaa-mag.com/13/02/2009 ,18.30

[2] -فضيل الأمين وسالي فرحات : **مستقبل البلوغز وصحافة المستقبل** ، مجلة هاي ، أكتوبر 2005 ,http// www.himag.com ,03/03/2009, 16.00

[3] -Paul J.Bummer **:expanding role of search**,2005 .www. pandia.com /sew/141- the expanding role of search htm 12/05/2010 ,12.30

[4] - فضيل الأمين ،سالي فرحات : مرجع سابق

المرحلة الأولـــى: وهي المرحلة التي بدأت من منتصف التسعينات إلى غاية سنة 2000، وهي مرحلة البداية حيث كانت تطبيقا حرفيا لمصطلح "سجلات الشبكة"، فهي في مجملها لم تخرج عن كونها دفتر يوميات يكتب فيه المدونون مذكراتهم اليومية ذات الطابع الشخصي[1]، وقد عرفت هذه الفترة ظهور خدمات تدوين مثل Xanga سنة 1997، Open Diary سنة 1998 ثم كل من Live Journal و Blogger سنة 1999 .[2]

المرحلة الثانيـــة: وتبدأ من 11 سبتمبر 2001، وتعتبر فترة الميلاد الحقيقي للمدونات باكتسابها القدرة على التأثير، وذلك بدخول الصحفيين الميدان، وكانت الحرب على العراق هي نقطة التحول في هذه الفترة وأدت إلى انتشار المدونات. [3]

المرحلة الثالثـــة: وهي مرحلة النضج في تاريخ المدونات وبدأت سنة 2004، حيث تحولت ظاهرة التدوين إلى ظاهرة عالمية بانضمام العديد من مستخدمي الانترنت إلى صفوف المدونين وقراء المدونات، حيث اختيرت كلمة (blog) لتكون أهم كلمة في سنة 2004 ودخلت قاموس Webster وأصبحت من مفردات اللغة الإنجليزية، حتى أن صحيفة الكارديان البريطانية خصصت صفحتها الثانية لنشر يوميات عن المدونات[4]

1- توسع انتشار المدونات في العالم

فاق الانتشار الذي حققته المدونات الإلكترونية كل ما سبقها من الخدمات الاتصالية السابقة لدرجة جعلت ضبط إحصائياتها أمرا صعبا، فرغم محاولات الكثيرين تقديم تقديرات تعتمد على ما يتوفر من معلومات من المزودين بخدمات الاستضافة، أو بعض المواقع أو المتعاونين فإن الإحصائيات المتوفرة تعد تقديرات تقريبية.

[1] - عبد الرحمن فراج :المدونات الالكترونية في المكتبات ،قسم المكتبات والمعلومات ، جامعة الإمام محمد بن سعود،2006، www.informatics.gov.sa/magazine 04/03/2009,17.30

[2] -جمال الزرن : مرجع سابق

[3] -عبد الرحمن فراج : مرجع سابق

[4] -دشن القحطابي :مرجع سابق

فقد قدر مشروع بيو للإنترنت والحياة الأمريكية "زيادة عدد الأمريكيين الذين يقرؤون المدونات بنسبة 58% عام 2004، ليصل العدد الكلي إلى حوالي 32 مليون قارئ، ويفيد مشروع الامتياز في الصحافة التابع لجامعة كولومبيا في مدينة نيويورك أن معظم هؤلاء يتابعون المدونات من أجل الحصول على المعلومات ومتابعة الأخبار. [1]

وفيما يتصل بعدد المدونات المتاحة على الشبكة العنكبوتية تقوم شركتا Technorati و blogpulse بتكشيف ما يزيد عن 30 مليون مدونة في مارس 2006، وسجلت شركة Technorati في سبتمبر 2005م تضاعف عدد المدونات تقريبا مرة كل خمسة أشهر، بينما تضيف شركة blogpulse إلى محرك البحث الخاص بها حوالي 50000 مدونة يوميا.[2]

وحسب إحصائيات موقع the blog Herald فإن عدد المدونات وصل سنة 2005 إلى ما يوضحه الجدول التالي:

الدولـــــــة	عدد المدونـــات "تقديري"
الولايات المتحدة الأمريكية	30.000.000
كوريا الجنوبية	15.000.000
الصين	5.000.000
اليابان	4.000.000
فرنسا	3.000.000
المملكة المتحدة	2.500.000
إسبانيا j'espaire	1.500.000
بولندا	1.400.000
كندا	750.000
هولندا	600.000
العالم العربي	490.000
أستراليا	400.000
روسيا	300.000
ألمانيا	280.000

---

[1] -فضيل الأمين ،سالي فرحات :مرجع سابق

[2] -عبد الرحمن فراج :مرجع سابق

إيطاليا	200.000
بلجيكا	100.000
فنلندا	100.000
الهند	100.000
إسرائيل	100.000
ماليزيا	100.000
إيرلندا	75.000
الفلبين	75.000
أوكرانيا	50.000
كرواتيا	40.000
النمسا	20.000
جمهوريك التشيك	5.000
الدنمارك	5.000

وقد وصل عدد المدونات في كل أنحاء العالم 70 مليون مدونة، وفقا للحصر الذي أجراه محرك البحث تكنوراتي في أبريل 2007، بزيادة قدرها 8,22% عما كان عليه الحال في نوفمبر 2006، وتوضح هذه الأرقام تزايد عدد المدونات حيث وصل عدد المدونات الجديدة في سنة 2007 إلى إطلاق 84 مدونة في الدقيقة الواحدة أي ما يعادل إنشاء 1.2 مدونة كل ثانية.[1]

ب- المدونات الإلكترونية في العالم العربي: بدأ التدوين في الوطن العربي سنة 2004 من خلال بعض مستخدمي الانترنت المطلعين على المواقع الأجنبية، والذين استهوتهم التجربة فقرروا محاكاتها وهكذا ظهرت أولى المدونات العربية باللغة الإنجليزية في المشرق، وباللغة الفرنسية في المغرب العربي، وقد اتخذ معظم المدونين آنذاك من موقع blogger التابع لــ google محطة انطلاق لهم؛ إذ كان أشهر موقع يوفر هذه الخدمة.[2]

[1]- Paul J.Bummer,Ibld

[2]- **التدوين العربي في مهب الريح**، موقع إيلاف، الإثنين 31 مارس2008
http://www.elaph.com/ElaphGuys/04/04/2009, 12.30

وقد كان أول ظهور وانتشار للمدونات في شكل دفاتر يومية شخصية للمراهقين يسجلون فيها خواطرهم، وأطروحاتهم، واهتماماتهم، وتفاصيل حياتهم. [1]

وبعد ذلك وبوقت قصير قـــامت المواقع العربيـــــة باستحداث خدمات التدوين، وتوفير المساحات للمستخدمين، فاتحة بذلك بابا واسعا لعدد كبير من مستخدمي الانترنت معلنا عام 2005 عاما عربيا للتدوين؛ حيث فتحت مواقع مكتوب، جيران، وأكتب، مجالات لخدمة التدوين وتبعتها العديد من المواقع العربية الأخرى، والتي أصبحت تستضيف عددا لا يحصى من المدونات، وتعتمد مواقع الاستضافة العربية على خصائص وأوامر في برمجتها ساعدت في تكوين مجتمعات تدوينية صغيرة تحمل طابع البلد الذي ينتمي إليه أصحابها.

ومما ساعد في انتشار التدوين العربي هو ما قام به المدون "سردال" من الإمارات العربية المتحدة، حيث قام بترجمة النسخة الإنجليزية من البرنامج الشهير ورد بريس "Word press" وهو أحد البرامج الشهيرة للتدوين، وجعله متاحا للمستخدم العربي، ثم قام بعد ذلك بإنشاء سلاسل تعليمية من أجل نشر ثقافة التدوين. [2]

وقد كانت هناك أحداث ومحطات هامة عرفت بالمدونات للعالم العربي، وساهمت في انتشار التدوين منها:

- سلسلة من المقالات للصحفي جهاد الخازن في جريدة الحياة اللندنية واسعة الانتشار عن التدوين والانترنت في العالم عموما مع التركيز على العالم العربي في بداية 2006.[3]
- إشارة الكاتب الصحفي محمد حسنين هيكل خلال لقائه بقناة الجزيرة إلى متابعته، واهتمامه بمدونة "بهية" من مصر فقال " أنا أجد شخصا يكتب باسم مستعار هو بهية

[1] - دشن القحطاني : مرجع سابق

[2] - **التدوين العربي في مهب الريح** :مرجع سابق

[3] -- **التدوين العربي في مهب الريح** :مرجع سابق

ولست أدري من هي لكني أطلب من مكتبي أن يسلموني مقالات بهية كلما تصدر لأني أتابعها باعتبار، واحترام أكثر من أي صحفي في أي جريدة.[1]

- القبض على المدون المصري كريم عامر واعتقاله لمدة 12 يوما من قبل الأمن المصري، والحملة التي صاحبت القبض غير القانوني عليه في نهاية أكتوبر 2005.
- حصول مدونة علاء ومنال على جائزة أفضل مدونة من منظمة مراسلون بلا حدود وقيام قناة الجزيرة بتقديم برنامج عن المدونات، ونشرها لخبر فوز علاء ومنال بالجائزة، إضافة إلى تأسيس قناة الجزيرة لرابطة مدونون بلا حدود بهدف رفع مستوى التدوين العربي ويشجع على خوض تجربة التدوين. [2]
- تنظيم مسابقة خاصة بأحسن مدونة عربية أعطي لها اسم BABA كاختصار لجائزة أفضل بلوغ عربي، أشرف عليها موقع أراب بلوغ[3].
- القبض على عدد من المدونين المصريين أثناء حركة التضامن مع القضاة المصريين، وتعذيب أحدهم وهو المدون محمد الشرقاوي خلال شهر ماي 2006م.

وتمثل هذه الأحداث محطات هامة ساهمت في زيادة التعريف بالمدونات والمدونين العرب، وجعلت الإقبال على إنشاء المدونات في منحى تصاعدي واسع نظرا لمـــا لمسه جمهـــــور مستخدمي الانترنت من أهميـــــة المدونات في صنع الأخبــــار، وتداولها وتجسيد حقهم في التعبير، فقد وصل عدد المدونات في الوطن العربي إلى 490 ألف مدونة حتى منتصف 2008.[4]

وفي دراسة لمصطفى سالم فإن المدونات تحضى باهتمام 38% من مستخدمي الانترنت في الوطن العربي، وأن نصف هذه النسبة تتابع المدونات بشكل يومي، وما يزيد بقليل عن ثلث هذه النسبة يعتبرها

---

[1] - http//:baheyya.blogspat.com,12/12/2009,12.30
[2] - http//:www.aljazeeratalk.net,1/1/2009,17.20
[3] - http//:arabblogger.com,01/02/2010,13.00
[4] - إدريس لكريني:<u>**المدونات الالكترونية من التواصل إلى الضغط**</u>، مؤتمر تقنيات الاتصال والتغير الاجتماعي، جامعة الملك سعود ،قسم الإعلام ،الرياض،15-2009/03/17

مصدرا مهما لكن ليس وحيدا لمعلوماته، ويضيف بأن الخوف من الاعتقال والقمع جعل 87% من المدونات ذات الطابع السياسي أو الاجتماعي أو الديني تظهر باسم مستعار.[1]

وتختلف الموضوعات التي تتطرق إليها المدونات العربية باختلاف ظروف كل دولة، ويعد المدونون المصريون من أكثر المدونين العرب نشاطا سياسيا واجتماعيا، وأكثر مشاركة في الشأن العام المصري، وهو ما أدى إلى اعتقال الكثير منهم بسبب جرأتهم في المعارضة، وكشفهم الأمور المسكوت عنها رسميا، وعلى مستوى الخليج يهتم المدونون البحرينيون بالقضايا الداخلية مثل التمييز الطائفي والحوار حول ظاهرة التجسس.

أما المدونون المغاربة الذين يدونون باللغة العربية لهم حضور باتخاذهم نهجا مختلفا حيث يحاربون تغلغل اللغة الفرنسية في المجتمع المغربي، من خلال الكتابة باللغة العربية والإصرار على استعمالها مع الآخرين، وذلك من خلال اختيار أسماء لمدوناتهم الرافضة للغة الفرنسية كمدونة "بلا فرنسية" و "خاطبني باللغة العربية يا ابن بلدي"، ويقوم المدونون المغاربة بنشاط كبير للتوعية بدور المدونات فمثلا المدون محمد السعيد احجيوج أصدر كتابا إلكترونيا تحت عنوان ألقباء التدوين وذلك لتلقين مستخدمي الانترنت الأبجديات الأولى للتدوين إلى جانب إنشائه مع المدون (حجا كوم) موقع مرصد للمدونين، والذي من شأنه متابعة ورصد كل ما يصدر من أخبار وتقارير يحررها المدونون.[2]

وعلى العموم فإن خصائص المدونات العربية لا تختلف عن بعض خصائص المدونات على المستوى الدولي ولكنها وبحكم بعض الخصوصيات السياسية والثقافية، فإنها تتميز بظهور الهموم القطرية والرغبة في تحويل التدوين إلى مؤسسة، واعتبار التدوين محطة للممارسة الديمقراطية وتأكيد ثقافة الحوار وظهور إشكالية لغة الكتابة للمدونة.[3]

وتشترك الكثير من المدونات العربية في محاور أساسية كالقضية الفلسطينية أو الصراع مع العدو الصهيوني مرورا باحتلال العراق وحرب لبنان السادسة أو الفتنة الداخلية في مناطق الحكم الذاتي

---

[1] - المرجع نفسه

[2] -هديل الخطيب:**المدونات الالكترونية في السعودية ودورها في التعددية الإعلامية وحرية التعبير**،المملكة العربية السعودية،2009

[3] - جمال الزرن : مرجع سابق

الفلسطيني، والبرنامج النووي الإيراني والحرب على الإرهاب، وقضايا حقوق الإنسان والواقع السياسي العربي ثم القضايا الفكرية، بدءا من آراء كبار المثقفين والكتاب العرب والعالميين إلى مواهب فكرية وإبداعات أدبية جديدة، ناهيك عن بعض الجدال الفكري المستند إلى خلفية إيديولوجية أو سياسية، أما المدونات الشخصية العامة فهي غالبا ما تتحدث عن صاحب المدونة وأفكاره واهتماماته وآرائه، وينبثق منها المدونات الشخصية لشخصيات المجتمع العربي العامة، ثم نجد مدونات القضية والاتجاه الواحد كالمدونات الدعوية الإسلامية كمدونة "محمد رسول الله" أو "مدونون حول الرسول"، أو "مدونات الوحدة العربية"، أو مدونات لنقد الواقع السياسي كمدونة "الوعي المصري" ومدونة "منال وعلاء"، أو مدونات تحولت لوسائل إخبارية كمدونة صوت الحق التي تعنى بالأخبار السورية، أو مجلات أدبية، أو فكرية كمدونة "تطوان المغربية"، أو "مجلة العرب الأدبية المصرية".

ثم ظهرت في الآونة الأخيرة مدونات تمثل تجمعات، وتيارات، وحركات فكرية أو أدبية أو سياسية كمدونة إتحاد المدونين العرب، أو مدونة المركز الافتراضي لأبحاث الرسول الأكرم صلى الله عليه وسلم، أو مدونات ترصد تطور العملية التدوينية، والمدونات كمدونة "بيت المدون العربي" إضافة إلى مدونات موجهة لذوي الاحتياجات الخاصة، وأخرى تهتم بعالم المرأة ناهيك عن مدونات تكتفي بنقل الصور والأغاني والأخبار .[1]

وقد استطاعت المدونات الإلكترونية العربية في فترة قصيرة أن تثبت هويتها بشكل واضح كما فرضت وجودها على الساحة السياسية، وأصبحت متنفسا يشارك من خلاله المواطنون العاديون في الأمور السياسية، ويستخدمون مهاراتهم في التحليل والجدل حول الأحداث الهامة في مجتمعاتهم، حتى أصبحت المدونات السياسية في الدول العربية ملاذا للمنشقين والمعارضين لتخطي الخطوط الحمراء التي تضعها وسائل الإعلام الرسمية.[2]

أكد تقرير المركز الدولي لحرية الصحافة ارتفاع عدد المدونات العربية في الأعوام القليلة الماضية بطريقة مثيرة وقال إنه بالرغم مما يبدو من تنوع هذه المواقع فإن بينها قاسما مشتركا، وهو أنهم يتميزون

---

[1] - شادي سكاكين رئيس اتحاد المدونين العرب في حوار أجرته معه سهاد عكيلة ، مجلة منبر الداعيات ،لبنان ،2006، ص12

[2] - Marc Lunch**:blogging in the new arab public Arab media and society** , 2007.http//www.arab.media socity.com/articles 0325507.ansi-Marc launch.pdf.13/04/2009.21.00

بحس نقدي عالي ويشكلون بذلك تحديا جديدا للسلطات في العالم العربي، وتنبأ التقرير بنمو عدد المدونين خلال السنوات القادمة لتصبح جزءا من خريطة الإعلام العربي، مشيرا إلى أن ذلك سيحدث بسبب الافتقار إلى حرية الصحافة في قنوات الإعلام الرسمية، وهو ما سيجعل المدونات تحضى برواج أكبر بين المدونين والقراء[1]

جـــ - المدونات الإلكترونية في الجزائر: شهدت الجزائر اهتماما متزايدا بالمدونات نتيجة لارتفاع عدد مستخدمي شبكة الانترنت؛ فقد كان عدد مستخدمي الانترنت في الجزائر 50.000 مستخدما في ديسمبر من سنة 2000، ثم تطور ليصل إلى 4.100.000 مستخدم في جوان 2009، وهو ما يمثل12% من عدد سكان الجزائر، و 4.8%من عدد مستخدمي الانترنت في إفريقيا[2].

وهو ما أدى إلى انتشار المدونات، ويعود ذلك أيضا إلى الحرية الكبيرة التي يتمتع بها مستخدمو الانترنت؛ إذ تعد فضاء مفتوحا للتعبير، فبالرغم من أن بعض الدول قد سنت قوانين تحد من إمكانية الحصول على المواد الموجودة على شبكة الانترنت إلا أن المستخدمين لديهم حرية، وقدرات ذاتية يتصفحون بها ما يرغبون فيه.

ففي الجزائر يرى المختصون في الاتصالات السلكية واللاسلكية أن شبكة الانترنت في الجزائر غير مراقبة، وللأفراد المستخدميـــــن تصفح كل ما يرغبون فيـــــه، وينشؤون مواقع لأغراض مختلفة، دون أن يمنعهم رادع أو سلطة معينة.[3]

وتعد هذه الحرية أحد الأسباب في الجزائر لإنشاء المدونات الإلكترونية، سيما وأن القوانين الجزائرية تلقي بالمسؤولية القانونية لما ينشر في المدونات على مزودي الخدمة، حيث تشير المادة 14 من مرسوم الاتصالات الصادر سنة 1998 إلى مسؤولية مزودي خدمات الانترنت على المادة المنشورة

---

[1] -محمد جمال العرفة :مرجع سابق

[2]-http://www.internetworldstats.com/stats1.htm12/06/2009-22.00

[3] - الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية، العدد 63،الصادرة بتاريخ 1998/08/25.

والمواقع التي تقوم باستضافتها، وضرورة اتخاذهم الإجراءات الضرورية لوجود رقابة على المحتوى بهدف عدم نشر مواد تتعارض مع الأخلاق.[1]

و لم ترصد في إطار هذه المادة منظمات حقوق الإنسان أي تفعيل أو تطبيق لهذه المادة على حالات في الجزائر.[2]

وبذلك فقد ساعدت هذه الحرية على انتشار التدوين في الجزائر، رغم أنه يعتبر متأخرا نوعا ما مقارنة مع الدول العربية الأخرى، ومما وجه الاهتمام إلى التدوين في الجزائر هي الحملة التي أطلقتها الحركة التكنولوجية تحت عنوان (مدونة للجميع) في بداية سنة 2006، والتي تضم عددا من الشباب المتحمسين لنشر ثقافة التدوين الإلكتروني، وتوجت الحملة بإنشاء أول منصة لإنشاء المدونات في الجزائر تحمل إسم (Blog. Dz) والتي وصل عدد المدونات بها بعد سنتين أي في سنة 2008 إلى 7124 مدونة، وعدد القراء إلى 937،087،6 ويزور مدونات Blog. Dz يوميا نحو 14.000 زائر يشاهدون أكثر من40000 صفحة.[3]

ويحتوي موقع مكتوب على عدد كبير من المدونات الجزائرية تفوق 12ألف مدونة سنة 2010[4] ، وهي تختلف من حيث المواضيع المعالجة فمنها العامة ومنها ما يعنى بالأدب والثقافة، وغير ذلك من المواضيع كما يتوزع عدد كبير من المدونين الجزائريين على مواقع أخرى مثل جيران، تدوين، Word press،blogger وغيرها، وقد وجد الكثير من الأدباء والكتاب والصحفيين الجزائريين في المدونات الإلكترونية فضاء لنشر نصوصهم الأدبية بعد أن تعذر عليهم نشرها ورقيا في كتب أو حتى في دوريات، فقد لجأ مثلا الكاتب عمر بوذيبة إلى نشر روايته "قبر يهودي" كاملة على مدونته، و لم يكتف بذلك بل نشر معها قراءتين للعمل نفسه، وأيضا قام الصحفي عمار يزلي بنشر مقالاته على مدونته، وهو أحد أهم الكتاب الجزائريين الساخرين والذي عرف بعمود (سيرك عمار)، والكاتب الصحفي كمال

---

[1] - مروان حرب: **الشباب العربي يعرض حكامه بالانترنت**،المحقق،العدد86، من 3 إلى 09 نوفمبر2007

[2] - شريف منصور: **التقرير السنوي للمجتمع المدني والتحول الديمقراطي في الوطن العربي** ، إصدارات مركز ابن خلدون،2004

[3] - كريم سحنين: 2009/12/12http://actech.dzblog.com/

[4]-www.maktoob.com,12/05/2010-14.00

قرور الذي سبق له أن أسس دار للنشر وأكثر من صحيفة أسبوعية، لكن ظروف قاهرة جعلته يبتعد قليلا ثم يعود ببعض المشاريع الثقافية النظرية في مدونته التي تحمل عنوان أفكار ضد الرصاص[1].

كما تهتم المدونات الجزائرية بالتعريف بمختلف المناطق السياحية، وتقاليدها وعاداتها معبرة على ذلك بالصور والتعاليق، مع العلم أن العديد من هذه المدونات أصحابها يقيمون بالمهجر؛ إذ أصبحت لهم هذه الصفحات الإلكترونية أسلوبا للاقتراب من مسقط الرأس.

وقد وجدت الجمعيات باختلاف نشاطاتها في المدونات طريقة للتعريف بنشاطاتها، حيث يمكن تصفح عدد هائل من المدونات التي تهدف للتعريف بالجمعيات، والملاحظ أن مدونات الجمعيات هي الأكثر نشاطا، والأكثر تحديثا من قبل أصحابها، وتختلف نشاطاتها من جمعيات تعنى بالمرضى إلى جمعيات تصبو إلى التعريف بمنطقة أو الحفاظ على موروث ثقافي.[2]

ولا يوجد موضوع لا يتطرق إليه الجزائريون عبر مدوناتهم، علما أن كثير من المدونات تهتم بالمسكوت عنه، وتعد المواضيع السياسية من المواضيع التي وجدت مكانا لها في المدونات الإلكترونية، بهدف التنفيس والتعبير عن موقف المدونين من النظام القائم كما اختار رؤساء بعض الجمعيات المدونات الإلكترونية للتسويق للبرامج السياسية كمدونة "بلادي" التي تدافع على أطروحات رئيس الجمهورية إضافة إلى مدونات أخرى متصلة بنشاطات جمعيات خيرية، وأخرى طلابية ودينية مثل مدونة "يا رب" التي تهتم بنشر القصص الدينية، بالإضافة إلى العديد من المدونات التي يعبر فيها أصحابها عن رفضهم للأعراف والتقاليد، والتعبير عن مكبوتاتهم وغرائزهم، كما أن هناك من يفضل المدونات لسرد يومياته كالوالد الذي يهتم من خلال مدونته بنشر يومياته مع أبنته التي تبلغ 18 شهرا من العمر.[3]

---

[1] -الخير شوار:الجزائريون يقتحمون المدونات ويسألون لماذا نحن أكثر احتشاما من العرب والآخرين؟،جريدة الشرق الأوسط ،العدد10368، يوم الأربعاء 18أفريل 2007 www.ashqlwasat.com

[2] -ثورة المدونات الالكترونية تجتاح الجزائر، إعلام تك، العدد20، من08-15أبريل2007.

[3] - عبد القادر سعيد: المدونات.. الثورة الإعلامية الجديدة ، موقع الشهاب http://www.chihab.net/12/04/2010.12.00

وتختلف أغراض التدوين في الجزائر حسب أهداف مدونيها، في حين أن هناك مدونين حولوا ما كتبوه من تدوينات إلى كتب مطبوعة تجمع كل المقالات التي دونوها، منها كتاب حمود عصام وهو مدون من ولاية باتنة والذي صدر له كتاب تحت عنوان "عامين اثنين من التدوين" تدوينات وقصص وأشياء أخرى والذي يحمل 186 تدوينة في مختلف المجالات.[1]

وقد سجلت الجزائر في مجال التدوين محاكمة عبد السلام بارودي 38 سنة، صاحب مدونة "تلمسان ليست للبيع" وذلك سنة 2007 بتهمة القذف إثر رفع أحد المسؤولين المحليين دعوى قضائية ضده، واتهمه بالقذف على خلفية موضوع "السيتاني يظهر بتلمسان" المنشور في فبراير من السنة نفسها.[2]

ويمكن القول أن المدونات في الجزائر ما تزال مجهولة بصورة شبه كلية، وإن كانت هناك العديد من المدونات التي أنشأها الجزائريون في مواقع التدوين إلا أنها تبقى ضعيفة مقارنة بغيرها من الدول العربية ويعود سبب ذلك إلى أمرين هما:

- لا تزال الانترنت الوسيلة الأصلية في متابعة المدونات، والإطلاع والتعرف عليها، نوعا من الكماليات، و لم تصل بعد لتصبح في متناول جميع طبقات المجتمع، فهي محصورة في فئات معينة.
- النظر لهذه الوسيلة على أنها ترفيه لا أكثر ولا يمكن لها أن تحدث أثرا لا سياسيا ولا حتى إجتماعيا، بل هي مجرد إضاعة للوقت وهدر للمال في ما هو غير مناسب.[3]

[1] -عصام حمود :عامين من التدوين، ط1،hamoud studio،الجزائر،2009 ، ص4

[2] -http://www.bilad-13.maktoobblog.com/12/12/2009- 20.00

[3] - عبد القادر سعيد:مرجع سابق

ثانيـــا: عوامل انتشار المدونات، خصائصها، وأنواعها

أ- عوامل انتشار المدونات

تعددت عوامل انتشار المدونات الإلكترونية، فهي في الواقع تختلف من بلد إلى آخر، لكن هناك مجموعة من العوامل المشتركة التي كان لها دور كبير في انتشار المدونات بالشكل الذي هي عليه اليوم ومن هذه العوامل مايلي:

1- **مرونة التقنيـــة:** تعد تقنية الجيل الثاني "2.0" من خدمات الانترنت أهم التقنيات التي ساهمت في انتشار المدونات الإلكترونية، وذلك لما تمنحه من سهولة لإنشاء المدونات الإلكترونية إذ يمكن لأي شخص غير ملم بشبكة الانترنت أن ينشأ مدونة خاصة به دون عناء أو بحث كبيرين.

فقد جاءت بذلك إمكانية الكتابة مع التطور الهائل لشبكة الانترنت، وما تتميز به من امتيازات فنية في النشر بعيدا عن التقيد بحدود الوطن أو الخضوع لحسابات مادية كما هو الحال بالنسبة للنشر المطبوع .[1]

فقد أصبحت شاشة الحاسوب فضاء جديدا للكتابة، مزودا بميزات خاصة؛ إذ تستطيع أن تغير بسرعة كبيرة مضامينها، وأن تشكل فضاء للكتابة يتبدل حسب رغبة المستخدم كما تستطيع الجمع بين كلمات وصور في ذات الفضاء النصي، ولعل هذه المعدات الحاسوبية في مجملها تمثل التغير الثقافي الأكبر في تاريخ الكتابة وخاصة فيما يتعلق بالسرعة والاستقلالية العملية التي تتمتع بها.[2].

فالمدونات الإلكترونية مجانية وسهلة الاستخدام، وعملية النشر فيها بسيطة وكل شيء يحدث على واجهة تشبه تلك التي تبعث عن طريقها بريدا إلكترونيا.[3]

وبذلك فقد ساهمت الانترنت وخدماتها المتطورة في انتشار المدونات الإلكترونية.

---

[1] - جمال الزرن :مرجع سابق

[2] -فريال مهنا :**علوم الإعلام والاتصال والمجتمعات الرقمية**، ط1، دار الفكر ، دمشق، سوريا،2002، ص507

[3]-ERTZCHEID, Olivier,Ibid., p8

2- **عولمة الإعلام:** نعيش عالم تراجع مقولة الاتصال الجماهيري، والتي كانت مقدمة للصناعات الإعلامية، فقد عدت مقولة الاتصال الجماهيري - رغم نبلها – مقولة في القهر والتضليل واغتصـــــاب العقول، أما الصناعات الثقافية فهي الاحتكـــــــار، والتنميط الذي تفرضه الشركات المتعددة الجنسيات التي تستهدف الربح.[1]

وتشكل الشركات متعددة الجنسيات خط الاختراق الأول للحدود الاقتصادية والسياسية، أي حدود الدولة القومية المرتبطة بالسوق العالمية التي بلغ عددها أكثر من 40000 شركة تتحكم في 40% من الناتج الإجمالي، وقد أصبح الإعلام صناعة ضخمة تحتاج إلى إمكانات تقنية عالمية ومتقدمة، الأمر الذي أدى إلى تزايد ظاهرة امتلاك الشركات متعددة الجنسيات لوسائل الإعلام وقد أثارت تلك الظاهرة مخاوف لدى العديد من الكتاب، والإعلاميين الذين حذروا من مخاطر تلك الظاهرة على التعددية والتنوع، وديمقراطية الاتصال، وعلى حق الجماهير في المعرفة. [2]

ومثل هذا التمركز يفقد المؤسسة الإعلامية والاتصالية على حد السواء القدرة على توفير مادة إعلامية متنوعة، وذلك بسبب غياب التعددية في الملكية، فمثلا يعتقد صاحب مدونة "جحا كوم" أن المدونة اختراع رائع يتيح للفرد أن يتفاعل من دون وسيط مع الأحداث ومع الآخرين، وستكون المدونة أداة التواصل الإنساني الحر الذي سيكنس تدريجيا وسائل الاتصال الجماهيري التقليدية التي صودر معظمها من قبل قوى السياسات الشمولية، وقوات التحالف بكل أنواعها.[3]

فالمدونة جاءت كرد فعل على احتكار الشركات متعددة الجنسيات لوسائل الإعلام، وخلقت فضاء للتنوع بعيدا عن الاحتكار فالمدون هو رئيس التحرير ولا يوجد ضاغط عليه.

3- **تراجع الثقة في الصحافة التقليدية:** يعتبر فقدان الثقة في وسائل الإعلام التقليدية نتيجة حتمية لظاهرة عولمة الإعلام، وبروز أقطاب دولية كبرى تديرها

---

[1] - جمال الزرن: مرجع سابق

[2] -رحيمة عيساني :<u>**مدخل إلى الإعلام والاتصال –المفاهيم الأساسية والوظائف الجديدة في عصر العولمة الإعلامية**</u>، مطبوعات الكتاب والحكمة، باتنة ،الجزائر،2007، ص.ص220. 221

[3] - جمال الزرن: مرجع سابق

مجمعات أخطبوطية عملاقة، وتحكمها رهانات مالية وسياسية يصعب كشف تمثلاتها.[1]

بالإضافة إلى ابتعاد الصحافة التقليدية عن أداء دورها، ففي الولايات المتحدة ظهرت الكثير من الأصوات المطالبة بإعادة النظر في أداء وسائل الإعلام التقليدية، مشيرة إلى أن هذه الوسائل قد انفصلت عن اهتمامات المجتمع المدني، فعوض أن يلتزم الإعلاميون بقضايا جمهورهم، أصبحوا لا يعيرون اهتماما للمسائل التي تشغل هذا الجمهور، وقد نتج عن ذلك أن هذه الوسائط تحولت في رأي الجمهور إلى مؤسسات لا يربطها به أي رابط.[2]

وأصبح المواطن لا يثق في الإعلام عامة وفي الصحافة خاصة فهي تسوق للحملات الانتخابية وتسعى للربح على حساب المصلحة العامة،و أمام حالة الشك والنقد للصحافة التقليدية، تريد صحافة المدونات أن تخرج المستور، وتنشر ما لا تنشره الصحافة الكلاسيكية التي تخضع لرهانات وأجندة البورصة والتكتلات، فصحافة المدونات هي ببساطة صحافة الفرد الذي يتحدث بوصفه مواطنا لم يجد من يسمع مشاكله ويعوضها عن وسائل الإعلام التقليدية.[3]

4- **الخلفية التسويقية لمواقع الاستضافة:** لا يمكن تجاهل الخلفية التسويقية والتجارية التي يقف وراءها موفرو خدمة التدوين في شبكة الانترنت وشركات الاتصال، فالمدونات رغم مجانيتها تحولت إلى مدخل لترسيخ ثقافة الإبحار على الشبكة، والاعتماد عليها في البحث على المعلومة في مجالات أخرى مختلفة، كما تمـــكن المدونــــــــات موفري خدمة التدويـــــن من خدمـــــــات الإعلان الموجه للمدونيــــــن، فاستثمارات القرن الجديد انصبت في معظمها

---

[1] - السعيد بومعيزة:<u>**التضليل الإعلامي وأفول السلطة الرابعة**</u> ،المجلة الجزائرية للاتصال، العدد18، جانفي-جوان 2004،ص.ص 87. 115

[2] - الصادق رابح:<u>**التفاعلية في الصحف العربية على الانترنت**</u>، المؤتمر الدولي الإعلام الجديد تكنولوجيا جديدة لعالم جديد ،جامعة البحرين 07-09 /2009/04

[3] - جمال الزرن: مرجع سابق

نحو الاستثمار في تقنية المعلومات وهو ما يستدعي مزيدا من التنوع، والخلق، والإبداع في خدمات شبكة الانترنت حتى تكون مربحة.[1]

وبالإضافة إلى هذه العوامل تعد النكبات التي ألمت بالعالم من العوامل غير المباشرة في تفعيل انتشار المدونات الإلكترونية كالحرب على العراق وأحداث 11 سبتمبر 2001، أين برز العديد من المدونين بكتاباتهم وتفوقهم على الإعلام التقليدي في متابعة الأحداث وتغطية مجرياتها.

ب - خصائص المدونات الإلكترونية

تتنوع المدونات في طبيعتها وفي نوعية المواضيع التي تتخصص فيها، وتختلف حسب منصة التدوين البرمجية التي تستضيفها لكنها في العموم تتشارك في خصائص تشكل أقسام وهيكلة المدونة وهي الأساس الذي تتميز به المدونات عن باقي أوعية، ووسائل النشر على الانترنت.

يحدد بونوا ديزافوي "Benoit Desavoye" ستة خصائص للمدونات هي:

1- تحتوي المدونة على قائمة من التدوينات (المدخلات)، (billet)، (posts)، مرتبة ترتيبا كرونولوجيا من الحديث إلى القديم، وتعد العمود الفقري للمدونة وكل تدوينة تحتوي على تاريخ النشر، وعدد التعليقات التي بإمكاننا قراءتها والدخول إليها مباشرة بعد الضغط على العدد.

2- الروابط الدائمة: وهو عنوان إنترنت دائم للمقالة التي على المدونة، فهو ما يسمح لأي شخص يقوم بإضافة رابط للمقالة داخل مدونته، بربط قراء مدونته بالمقالة نفسها من خلال الرابط الدائم للمقالة بدلا من ربطهم بالصفحة الرئيسية للمدونة.

3- الروابط المرجعية: وهي روابط تضمن ظهور العنوان، والرابط ، ومستخلص النص المكتوب في مدونة أخرى من طرف شخص آخر، ومن شأن هذه التقنية أن تعطي قيمة للمصدر الأصلي للمقالة.

---

[1] -أمينة ذبيح :**المدونات الالكترونية العربية بين التعبير الحر والصحافة البديلة** ، فيفري2009

4- الأرشفة: كل التدوينات، والتعليقات تؤرشف آليا لمدة يحددها المدون، كما أن الأرشفة تكون في شكل أجندة والترتيب إما حسب الموضوع أو التاريخ وغيرها.

5- وجود روابط لمواقع صديقة وتسمح هذه الروابط بإيجاد مصادر أخرى في نفس موضوع ما تعـــــالجه المدونة، ومن خلال هذا التبـــــــادل ترتبط المدونات ببعضها، وتكون شبكة داخل شبكة.

6-التلقيمات في شكل رابط نحو ملف من نوع XML تحمل محتوى الموقع .[1]

وتظهر خصائص المدونات من خلال هيكلة المدونة، وهو ما يميزها عن بعض خدمات الانترنت التي تشبهها، وهذا ما يعكس كثرة المواقع التي تقدم خدمة استضافة المدونات، والتي لفتت الانتباه لإنشاء المدونات، وكانت من العوامل التي ساهمت في انتشار المدونات.

1- هيكلة المدونـــات

1- 1- منصة التدوين وبرمجياتها: لإنشاء أي مدونة نحتاج إلى منصة تدوين، والمنصة قد تكون برنامجا خاصا للتدوين، أو موقعا يتيح خدمـــــــة استضـــــافة المدونات، وتسمح برمجيات التدوين Blogging Software بإنشاء مدونات دون الحاجة إلى الإحاطة العميقة بلغة تهيئة النصوص الفائقة Html، أو العمل مع نماذج عنكبوتية معقدة وتعد برمجيات التدوين سهلة الاستخدام، كما أنها مصممة لتحديث الصفحات بصفة مستمرة، ويتيح موفرو الخدمة آليات أشبه بواجهات بريد إلكتروني على الويب، ويمكن لأي شخص أن ينشئ مدونة ينشر من خلالها ما يريد بمجرد ملأ نماذج وضغط أزرار[2].

وتعرف برمجيات التدوين انتشارا كبيرا ففي دليل بحث موقع yahoo مثلا حتى 20 ماي 2008، كانت جملة البرامج المستخدمة، والعاملة في المدونات الإلكترونية، والمخصصة لخدمات الاستضافة تقدر بـــ 84 برنامجا بين برامج مجانية أشهرها Blogger و Wordpress، وبرامج تجارية من أشهرها Type pad, Type movable.

---

[1]- DESAVOYE, Benoît ; DUCAMP, Christophe,IbId.P8

[2] - دشن القحطاني: مرجع سابق

ويؤكد كالبان "Kalpane" أنه بفضل التوافر المجاني لهذا العدد الكبير من برامج المدونات الإلكترونية على الويب، أصبح تصميم مدونة إلكترونية أمرا يسيرا ساعد على انتشارها وهذا التوافر أيضا قد ساعد على حرية الاختيار والمفاضلة أكثر بين ما هو متاح[1]

1-2- الصفحة الأولى أو الواجهة: وتظهر آخر مواضيع المدونة كاملة أو ملخصة مرتبة ترتيبا زمنيا من الأحدث إلى الأقدم، وعنوان معبر عن الموضوع بالإضافة إلى رابط ثابت لكل موضوع ينقل إلى صفحة مستقلة لنص التدوينة مع التعليقات الملحقة بها وتاريخ نشر الموضوع.[2]

وهناك سمات يمكن إضافتها اختياريا في الصفحة الأولى منها مثلا:

- إمكانية تصنيف التدوينات وفقا لتقسيمات موضوعية عريضة، تظهر على واجهة المدونة.
- إمكانية اشتمالها على تقويم زمني شهري.
- إمكانية الإشارة في واجهة المدونة إلى الروابط الفائقة لمجموعة من المواقع ذات الصلة بموضوع المدونة.
- إمكانية الإشارة إلى العنوان الإلكتروني URL للصفحة الخاصة لصاحب المدونة على العنكبوتية.[3]

1-3-صفحة الموضوع: لكل موضوع صفحة مستقلة تظهر كامل نص التدوينة، مع بيانات إضافية مثل المواضيع المشابهة، المواضيع السابقة، الكلمات المفتاحية وغيرها، إضافة إلى حقول نصية لإضافة التعليقات كما يمكن أن تحيل مواضيع التدوينة إلى روابط خارجية أو مقاطع فيديو وصور.

1-4- الأرشيـــف: الصفحة الأولى للمدونة تظهر دائما عددا محدودا فقط وليس كل ما نشر في المدونة، وصفحة الأرشيف هي صفحة تظهر كامل محتوى المدونة مصنفا إما موضوعاتيا أو حسب تاريخ النشر، مما يسهل الرجوع إلى ما سبق نشره في المدونة.[4]

[1] - عصام منصور: مرجع سابق

[2] - محمد السعيد أحجيوج: مرجع سابق، ص9

[3] - هند بنت سليمان الخليفة: مرجع سابق

[4] -محمد السعيد أحجيوج:مرجع سابق، ص10

ولكل مدون الاختيار في تزويد مدونته بخدمـــــــة أو أخرى، تميزهـــــا عن غيرها، ومن أهم الخدمات التي نجدها في المدونة وتعتبر في نفس الوقت إضافات لخصائص المدونات ما يلـــي:

- **خدمة الخلاصات:** وتضم مايلـــي

- **تغذية RSS:** وهي نسخة مكتوبة برموز لغة (Xmz coded) من مدونتك الإلكترونية أو أجزاء منها، وتسمح تغذية RSS بتمكين قراء مدونتك بالاشتراك في مدونتك، حيث يتم تنبيههم آليا عند نشر مقالة جديدة في مدونتك حيث تظهر التنبيهات في برنامج قارئ الأخبار الخاص بهم، أو في متصفح انترنت متوافق مع RSS.

- **تغذية Atom:** وهي نوع آخر من أنواع التغذية الإلكترونية التي تقوم بوظيفة مشابهة لخدمة RSS.

- **التلقيم "Syndication":** يعني توزيع المقالات أو الكتابات بواسطة إحدى تغذيات RSS أو Atom، ومن فوائد التلقيم في المدونة هو الوصول إلى عدد كبير من القراء الذين يستعملون قارئات التغذية الإلكترونية، وهي برامج متخصصة تدعى "Reader feed" وبإمكان هؤلاء القراء الوصول إلى المدونة وقراءتها بكل سهولة عبر هذه البرامج التي تبلغهم بكل جديد فيها مما يوفر الوقت والجهد.[1]

- **المجمع Aggregation:** وهو نظام يسمح بقراءة سيالة RSS وخصوصا آخر المنشورات على المدونات المفضلة والتي تتيح ذلك عبر ملفات الترخيص الخلفي.

- **خدمة الروابط المرجعية:**

- **البينغ (Ping back):** هي عملية إرسال إشارة إلكترونية إلى مواقع أو مدونات أخرى عند نشر تدوينة جديدة، والعديد من المواقع تتيح إمكانية تتبع المدونات التي تقوم بتبادل البينغ معهم واضعين لوائح تعطي روابط المدونات التي يتم تجديدها باستمرار.

---

[1]- http://www.ahlablog.com/01/03/2010,20.00

-

- **الباك تراك (Track back):** تقنية تسمح للمواقع الاتصال ببعضها البعض بشكل آلي، وهذه التقنية تمكن مثلا مدونة "أ" بإخبار مدونة "ب" أن هناك موضوعا جديدا في "أ" قد يهم "ب" وتسمح بذلك بالاحتفاظ بذاكرة التبادلات بين المدونتين.

- **تقنية مشاطرة المحتوى:** هي تقنية يتيح من خلالها المدون أو كاتب المقالة مشاطرة كل أو جزء من مقالته، ليتم نسخها ووضعها في موقع آخر، وتطورت هذه الطريقة كثيرا بفضل تطور تقنية PDF و RSS.[1]

- **التبادل الإعلاني للمدونة Blogroll:** وهي لائحة تشمل العديد من الوصلات تتواجد عادة في عارضة الأزرار الرئيسية للمدونة، والتي توجه نحو مواقع ومدونات أخرى يحبها المدون.

إضافة إلى هذه الخدمات فإن أهم خاصية جعلت المدونات الإلكترونية تتميز عن غيرها من أساليب النشر الإلكتروني هي النص القصير، التحديث المستمر، حرية التصميم والمحتوى، والتفاعلية الكبيرة التي تتيحها المدونات.[2]

وبالرغم من أن المدونات الإلكترونية تشبه أي صفحة عنكبوتية أخرى إلا أن هناك اختلافات تميز المدونات عن غيرها من حيث النموذج الطباعي لها، وبعض خصائصها، فالمدونات مثلا تختلف عن المنتديات في كون المدونات عبارة عن مواقع ينشئها فرد أو مجموعة لا تخضع لأي سلطة أو هيئة أو جهة ولا تحتاج إلى برامج خاصة لتنظيم الإتاحة، والمشاركة من قبل الهيئة أو الجهة مثل المنتديات كما لا توضع في المدونات أي قيود في الإتاحة أو الاستخدام أو التعليق.[3]

إضافة إلى أن المدونات لا تشترط التسجيل في الموقع للإطلاع على المحتويات مثل ما تشترطه المنتديات، كما تمكن المدونات المدون من اختيار التصميم الذي يريده ويغيره في أي وقت، كما أن محتوى الموضوعات المطروحة في التدوينات يكون مستقلا عن النقاشات، والتعليقات عليها عكس ما يحدث في المنتديات التي تختلط فيها الموضوعات بالنقاشات وتضيع الفائدة مع مرور الزمن .[4]

---

[1] -http://www.ahlablog.com/-

[2]- Engelina Garreau**:Les blogs entre outil de publication et espace de communication**. Maitrise de documentation et d'information .septembre2005,P9

[3] - محمد عبد الحميد:**الإعلام والاتصال على شبكة الانترنت**، ص214

[4] -هند بنت سليمان الخليفة:مرجع سابق

كما تختلف المدونات عن المواقع الإلكترونية في كونها أكثر ديناميكية حيث يتم تحديثها دائما من خلال المداخل أو التدوينات، التي عادة ما تشمل على تاريخ تحديثها، عكس المواقع الإلكترونية فعادة ما تكون محتوياتها ثابتة وليس ثمة حاجة إلى تحديثها بانتظام فضلا عن كتابة تاريخ هذا التحديث، وينصب هذا الأخير على الصفحات وليس على المداخل أو التدوينات.[1]

جـــ - أنواع المدونـــات

تعرف شبكة الانترنت انتشارا لعدد كبير من المدونات الإلكترونية في فضائها، فمنها ما يهتم بالأخبار، ومنها ما يتخصص في مجال معين، وأخرى تمزج بين مختلف المجالات، وهناك من تستعمل الوسائط المتعددة في حين توجد مدونات تهتم بنشر المذكرات كل هذا يجعل من الصعب إيجاد تصنيف متفق عليه للمدونات فهناك من يصنفها حسب الموضوع وهناك من يصنفها حسب الهدف

- **أنواع المدونات حسب الموضوع:**

1- **مدونات تحتوي على روابط تشعبية:** وهي المدونات التي تحتوي على وصلات تشعبية وتعد أول أنواع المدونات التي تم نشرها على الشبكة ومنها جاء اسم المدونة الإلكترونية Weblog ويحتوي هذا النوع من المدونات على العديد من الروابط لمواقع الانترنت، التي يرى صاحب المدونة أنها تستحق الزيارة إضافة إلى وصف مختصر للموقع المشار إليه بالرابط.

2-**المدونات التي تحتوي على المذكرات اليومية (Online diary blogs):** وتتناول هذه المدونات الحياة اليومية للمدون من بداية النهار إلى أن ينام ولا تحتوي هذه المدونات بالضرورة على روابط لمواقع إلكترونية أخرى.

3-**المدونات التي تحتوي على المقالات (Article blogs):** ويحتوي هذا النوع على عرض تقارير وتعليقات على مختلف الأخبار والأحداث.

---

[1] - Coggins, Sheila Ann Manuel . What is the Difference Between Weblogs and Websites? http://weblogs.about.com/03/.4/2010,20.00

4-**المدونات العلمية المتخصصة:** وهي المدونات التي تكون مهتمة بجانب علمي محض كالبيئة، أو التكنولوجيا، أو الزراعة، أو غيرها من التخصصات العلمية، وهي غالبا ما تنطلق من منتديات متخصصة يحولها أصحابها إلى مدونات.[1]

5-**مدونات تحتوي على صور:** ويحتوي هذا النوع من المدونات على الصور حيث يخصصها صاحبها لنشر صور التقطها بنفسه، أو أعجب بها ،أو صور لعائلته أو أي موضوع آخر.

6-**مدونات تحتوي مقاطع بث إذاعي (Podcastblogs):** وهي تحتوي على مقاطع بث إذاعي تكون في كثير من الأحيان مسجلة من طرف المدون نفسه في شكل برامج إذاعية قصيرة مع إمكانية تحميلها من طرف القارئ.

7-**مدونات تحتوي على مقاطع بث مرئي (Video castblogs):** وتعد من أحد أشكال المدونات، و مثلها مثل مدونات البث الإذاعي إذ تعرض مقاطع فيديو يعدها المدون في كثير من الأحيان في مختلف المواضيع.

8-**المدونات المتنوعة:** وهي التي تجمع بين مختلف أشكال المدونات.

9-**المدونات الجماعية:** ويتم كتابة هذا النوع من المدونات بواسطة مجموعة من الأشخاص.

إلا أن هناك من يصنفها حسب الموضوع بشكل مخالف لهذا التصنيف إلى مايلي:

1- **الشخصية** : تصف فكرة شخصية يكتب فيها المدون عن تجاربه اليومية بكل جوانبها ويسمح صاحبها في الغالب للزوار بالمشاركة.

2- **السياسية** : وهو أكثر أنواع المدونات انتشارا وغالبا ما نجد المدونات من هذا النوع بها وصلات لمواقع إخبارية ويضيف المدون فيها تعليقاته على الموضوع السياسي.

3- **الإخبارية** : توفر الكثير من المدونات موجز للأخبار عن موضوع معين العرب المغتربين في أوروبا, كرة القدم, الاكتشافات العلمية وتكون مصحوبة بوصلات متعلقة بالصحافة أو مواقع الأخبار.

---

[1] - عبد القادر سعيد :مرجع سابق

4- **التشاركية :** تحرر كثير من المدونات من أكثر من شخص عن موضوع معين وغالبها تكون مفتوحة لمشاركة الجميع وبعضها أو أقلها يكون محددا لمجموعة من الأشخاص.

5-**الموضوعية :** وهي المدونة التي تركز على موضوع معين, وجل المدونات تسمح للمستخدم بإيجاد موضوع ما داخل الموقع, لذا فالمدونة العامة من السهل أن تصير مدونة تخص موضوع معين وذلك بواسطة المستخدم.[1]

- **أنواع المدونات حسب الهدف**

1- **مدونات اليوميات الشخصية:** وهي المدونات التي يكتسب فيها المدون تجاربه الشخصية التي لا تهم العامة، ولكنها تدخل في إطار نشر الحياة الخاصة، والسيرة الذاتية، وجمهورها غالبا ما يكون من الأقارب والأصدقاء وبعض الفضوليين.

2- **مدونات الجمهور الخاص:** وهي مدونات موجهة لفئة معينة من القراء في إطار نوع خاص من التواصل، مثل مدونة مدير شركة يخاطب فيها الموظفين، ويعرض فيها جوانب العمل أو تفاصيل إيجابية أو سلبية في فريق العمل، أو مثل مدونات الأشخاص الذين يخاطبون أسرهم من الغربة ويكون هدف المدونة إعطاء أخبار صور وتفاصيل قد تكون عائلية.

3- **مدونات التأثير في الرأي العام:** وهي مدونات موجهة لجميع الناس وتهدف إلى توجيه قرائها في اتجاه معين، إزاء موضوع، أو قضية يتبناها المدون، ويوصف هذا المدون بالمواطن الصحفي، أو المواطن الإعلامي.[2]

---

[1] -دشن القحطاني: مرجع سابق

[2] -هيثم ناصر:**دليل المدونين نحو الانتشار والتأثير**،مركز حماية وحرية الصحفيين،الأردن، ص16

ثالثا:استخدامات المدونات

أ-المدونـــات فضاء للتنفيس

تستخدم المدونات كمتنفس للشاب، كي يعبروا فيه عن اهتماماتهم، وهمومهم المتنوعة بعد حالة الكبت التي قد يعيشونها؛ إذ تعتبر نافذة يطل منها الشباب على العالم من حوله، ويعلن فيها عن نفسه ويجد آخرين مثله يشاركونه الرأي فيذهب البعض منهم للحديث عن أشياء ذاتية من حب، ومذكرات شخصية، ويومية كحالة من التعبير الذاتي، والترويح عن النفس، فتبدوا المدونات جسرا لتجاوز المحرمات بكل أنواعها ليصبح الممنوع مرغوبا، وتصبح الكتابة، والتدوين بديلا للإحباط والانتحار أحيانا بعد حالة الإخفاق السياسي، والاجتماعي الذي يعيشه العـــــــالم المعـــــــــاصر.[1]

فبعض الناس بحاجة إلى الإحساس بأن لهم مكانة في أعين الغير وأنهم محل اهتمام ويريدون جعل آرائهم، وأفكارهم، وتصرفاتهم جماهيرية يراها الجميع بهدف إشباع الهو لديهم، فالمدون عندما ينشر ما يفكر فيه، ويتلقى تعليقات حولها يشعر بأنه مرتاح، ويحاول إثبات أنه موجود وليس مجرد إنســـــان عادي في المجتمع أو المؤسسة، فهو عن طريق مدونته يثبت أنه مختلف عن الغير، كما يعد التدوين مجالا للتنفس فهو فضاء للتعبير بكل حرية ودون خوف، ذلك أن المدون بإمكـــــــانه استخدام اسما مستعار، بالإضافة إلى اللامرئية؛ حيث بإمكانه أن يكتب دون أن يعرفه أحد أي لا يخاطب جمهوره وجها لوجه.[2]

فالمدونات الإلكترونية تمثل إحدى صور التعبير عن الذات إذ يمكنك أن تجد خصوصيتك، وما تريد أن تقوله بالضبط بعيدا عن الوصاية المجتمعية، أو الرقابة الرسمية، فالمدونة تعد فضاء للفضفضة إذ يقول الروائي إيهاب رضوان عن مدونته "هي بيتي في الغربة أضع عليها أعمالي، وصوري، وذكرياتي، وصور أبنائي وما أفضله من أغنيات.دفء البيت هو إحســـــاسي بالمدونـــــة، بلا إهتمـــــــام بنشر أو بغيره"[3].

---

[1] -دشن القحطاني: مرجع سابق

[2]- DESAVOYE, Benoît ; DUCAMP, Christophe,IbId.P44-45

[3] - إبراهيم محمد حمزة :**مدونات الأدباء هل تحل أزمة النشر والانتشار** ، جريدة القاهرة، العدد20،09 جانفي 2009، ص18

وهناك أيضا من يجد من خلال استخدامه للانترنت تعويضا عن الوحدة النفسية التي يعيشونها فهم يعيشون نوعا من العزلة الاجتماعية، وهي نقص غير مقبول وغير مرغوب في العلاقات الاجتماعية، ويعيش حالة نفسية تنشأ من إحساس الفرد بأنه ليس على قرب نفسي من الآخرين، وهذه الوحدة ناتجة عن افتقار الفرد لأن يكون طرفا في علاقة أو مجموعة من العلاقات[1].

وبذلك فهو يلجأ إلى التدوين للخروج من هذه العزلة والتعبير عن ما يشعر به كنوع من التفريغ عله يجد من يشاركه هذا الشعور، وربط علاقات مع الغير؛ إذ يقول أحـــد المدونين "إذا لم أأسس لنفســـي مدونة لذهبت إلى طبيب نفســـــاني."[2]

كما تعد أيضا المدونات وسيلة لإظهار القيم الفردية فأهم ما يميزها أنها نابعة من أفكار أصحابها وتعبر ذاتيا على هؤلاء المدونين بوصفهم أفراد، ويمكن تلخيص القيم الظاهرة في عملية التدوين في كونها تسجيل للسلوك اليومي الفردي، فعندما يستيقظ أحد المدونين في الصباح ولا يجد شيئا يفعله، يكتب بأنه يشعر بالملل، أو عندما يشـــــارك في مظـــــاهرة يكتب تفـــــاصيل ما عايشه بكل ما يملك من أحـــــــاسيس، ومشاعر، وإذا كان لديه خلاف مع مسؤوله يكتب عنه، فنجد المدونات عرضا لتفاصيل الحياة اليوميـــــة بكل ما تحمله من حقـــــائق مؤلمـــــة وأحزان وخيبـــــات، وأفراح، وانتصارات ذاتية.[3]

ب- التواصل مع الآخرين وتكوين مجتمعات افتراضية

وفرت المدونات الإلكترونية بما تتميز به من سمات وخصائص إمكانات هائلة للتواصل، وتبادل الأفكار، والآراء والمعلومات حول عدد من القضايا بين مختلف الأشخاص، وفي مناطق متعددة من العالم، بعدما أسهمت في تكسير الحدود الجغرافية والاجتماعية والسياسية بين الدول.

---

[1] - عزة مصطفى الكحكي: **الاتصال الجديد والديناميات الثقافية في المجتمعات المعاصرة**، المؤتمر الدولي الإعلام الجديد تكنولوجيا جديدة لعالم جديد ،جامعة البحرين 07-09 /2009/04

[2] -جمال الزرن :مرجع سابق

[3] - المرجع نفسه

فالإمكانيات التي تتيحها المدونات أمام مرتاديها على مستوى إدراج تعليقاتهم على الأخبار والمقالات، والدراسات، والإبداع، هي مدخل يعزز التواصل، والحوار.[1]

فالمدونات بتمكينها لزوارها من نشر تعليقاتها مباشرة تحت الإدراج (التدوينة)، تحول الفضاء إلى مساحة للتبادل، والتحاور، والتفاعل، حيث يقوم أصحابها بتضمين إدراجاتهم، معلومة، أو رأيا حول مسألة ما تثير اهتمامات المتابعين الذين يثرونها من خلال مجموع التعليقات التي ترتبط بها، والحاصل أن هذا التبادل يمكن أن يتوسع ويأخذ شكل تفاعل بين المدونين أنفسهم حيث يعلقون على إدراجات بعضهم البعض موظفين آلية الروابط التعقيبية Track back لإعلام بعضهم البعض عن التعليقات التي كتبوها في إدراجاتهم الأصلية، وذلك من خلال وضع رابط يحيل إلى مدوناتهم، وبهذه الطريقة فإن المدونين غالبا ما ينجحون في تشكيل جماعات تساهم بتعليقاتها في إثراء مدوناتهم، وبناء علاقات تفاعلية مع مدونين آخرين.[2]

وبهذا فإنها تسمح بأفعال متبادلة على شكل حوار مع مشتركين آخرين أو مع أجهزة في زمن واقعي، ومن ثم فإن طرفي الاتصال يقومان بدوري المرسل، والمستقبل[3].

وفعالية المدون هي أن ينخرط في مجتمع افتـــــــــــراضي، وأن يعبر عن أفكـــــــــــار، وأحاسيس، أو مواقف وآراء ما كان له أن يعبر عنها لولا الويب 2.0 والذي حول الويب من مداره السيميائي الغارق في المضامين، إلى مداره الاجتماعي العلائقي المزدهر بالتفاعلات، والانفعالات مع ما يتم استثماره من مضامين، وخدمات لا حصر لها، وهكذا غدا مشهد التدوين فضاء للتعبير، والتفاعل المتزايد وسط جغرافيا اجتماعية متعددة المواقع والثقافات.[4]

ومن ثم فإن المدونين يلتفون حول بعض القضايا ويكونون جماعات افتراضية، ويتحولون بذلك من مجرد مجموعات تكون علاقات عبر النت، إلى مجتمعات تجمع أعضائها علاقات فكرية، عاطفية

---

[1] -إدريس لكريني:مرجع سابق

[2] - الصادق رابح :**التفاعلية في الصحف العربية على الانترنت**، مرجع سابق

[3] -فريال مهنا:مرجع سابق، ص419

[4] - عبد الله الزين الحيدري:**التعرض للانترنت وعلاقته ببعض الآثار النفسية والاجتماعية لدى شباب الريف**، المؤتمر الدولي الإعلام الجديد تكنولوجيا جديدة لعالم جديد ،جامعة البحرين 07-09 /2009/04

واجتماعية متينة، فالمدونون يعملون في إطار مجتمع، ويتبادلون مع أناس لهم نفس اهتماماتهم ويحيلون قراءهم على مدونات بعضهم، مشكلين بذلك مجتمعا افتراضيا يقومون فيه بتبادل المصالح لاستقطاب أو المحافظة على جمهور مدوناتهم.[1]

وتسهم مواقع المدونات في بناء مجتمعات افتراضية من الكتاب، والمشاركين في المواقع المرتبطة بعضها في تصنيف أو فئة أو سجل واحد Blogshare والذي يمكن أن يتزايد في التعليقات والآراء حول موضوع إلى الحد الذي يمكن وصفه بالعاصفة Blogstorm [2].

ج- النشر الإلكتروني وحرية التعبير

إن صعوبة النشر بالطرق الكلاسيكية وسهولته بالاعتماد على شبكة الانترنت، أدت إلى استخدام المدونات الإلكترونية كفضاء لنشر المقالات، والإبداعات بدلا من النشر الورقي الذي تشرف عليه قوانين المطبوعات ذات الخلفية الرقابية.[3]

فالنضوج الاجتماعي للإنترنت يشكل أرضية ملائمة لنمو وازدهار المدونات كنوع جديد من الاتصال الشبكي، فالمواقع الإلكترونية الأولى اتسمت بتعقد بنائها بحيث لم تكن جذابة أبدا، كما أن الكثير من المضامين الإلكترونية كانت ولا زالت تستوحي نماذجها من وسائط الإعلام التقليدية، ذلك أن الوسائط الجديدة غالبا ما تميل إلى تقليد ما سبقها قبل أن تؤسس هويتها الخاصة، ولذا فإن المدونات تمثل صنفا جديدا فهي تتيح شكلا من أشكال الكتابة التي ينفرد بها الويب، والمنبثقة أساسا من إحدى خصائصه وهي النص الفائق[4].

فقد ساهمت المدونات في نشر الإبداعات الأدبية، فظهرت مجموعة من المدونات الأدبية التي تقوم على نشر إنتاجات فردية أو جماعية، ففي الدول الغربية قام العديد من دور النشر بالبحث عن كتاب جدد، أصبح لهم تأثير مباشر على قراء مدوناتهم.[5]

---

[1]- Engelina Garreau,IbId,P21-23

[2] -محمد عبد الحميد :**الإعلام والاتصال على شبكة الانترنت**، ص123

[3] -جمال الزرن: مرجع سابق

[4] - - الصادق رابح :**التفاعلية في الصحف العربية على الانترنت**، مرجع سابق

[5] - زويرق فؤاد :**المدونات فضاء للتواصل والبوح والسفر والتعليق الحر**، جريدة أسواق العرب، العدد1012،الأربعاء 2007/7/4، ص7

والمدونة في نظر البعض فرصة حديثة متكافئة للتعبير عن الرأي الآخر، الذي ظل حبيس الذات لسنوات طويلة، فعملت التكنولوجيا على إخراجه، والجهر به، بعدما كان مقموعا، فقد قام العديد من الكتاب بتحويل مدوناتهم إلى مجلات صغيرة قادرة على استيعاب كم هائل من النصوص، والمقالات الإبداعية، مساهمين بذلك في الترويج للمادة الأدبية على نطاق واسع[1] .

كما تمكن المدونات من التأليف والكتابة المشتركة، فقد قام مثلا الأديب المصري إبراهيم جاد الله بكتابة رواية مع الأديبة العراقية كليشان البياتي عن طريق الإيميلات والمدونات وأسموها "إيميلات تالي الليل".[2]

ولعل ما زاد المدونات أهمية في عملية النشر هي حرية الحركة لصاحبها، النشر الواسع، إمكانية التصويب، والتعديل، الإضافة والحذف ومواجهة المتلقي دون حساب للوقت أو المكان أو البعد الجغرافي أي أنك تكون على حريتك أكثر.

وقد أتاحت حرية النشر في المدونات الفرصة للكثيرين للتعبير عن القضايا الاجتماعية، والسياسية، والدينية المختلفة، وكسر الطابوهات، والحديث عن كل ماهو ممنوع، فالمدونون العرب يعدون الأرفع صوتا في هذا المجال في كشف ملابسات العديد من القضايا مثلما فعل المصريون مثلا في مصر محتجين على طرق التعذيب في السجون المصرية، أو في المغرب عندما تحدثت المدونات المغربية على الرشاوي التي تقدم لرجال الدرك في المغرب، وحقيقة إعدام الرئيس صدام حسين، وحتى في الغرب تعد المدونات مجالا لنقد السياسات ففي أحداث مدريد 2004 المدونون هم أول من نبهوا إلى أن الإستراتيجية الاتصالية للحكومة اتسمت بالتخبط في تلك الفترة، كما بينوا أن الوسائط الإعلامية التقليدية اعتمدت اعتمادا كبيرا على المصادر الرسمية دون غيرها.[3]

د-وسيلة للتعليم:

تعد المدونات من خدمات الانترنت الحديثة التي تستغل في التعليم فهي مفيدة للطلبة؛ لأنها تسمح لهم بالعمل بها في أي وقت، ومكان مادام الفرد يمتلك جهاز حاسوب ويتوفر لديه الاتصال

[1] - المرجع نفسه ، ص 7

[2] -إبراهيم حمزة :مرجع سابق، ص18

[3] - الصادق رابح: **التفاعلية في الصحف العربية على الانترنت**، مرجع سابق

بشبكـــــــة الانترنت، فهي تتميز بكونهـــــــا سهلة الاستخدام، وتصميمها مرن وقابل للتغيير بكل سهولة حسب رغبة الشخص، كما أن التصنيف الزمني للمواضيع بها يحدث بشكل تلقائي.

وتعد المدونات من أدوات الاتصال المميزة للطلاب لأن لها العديد من المكاسب التعليمية منها:

- تعطي الطلاب الدافعية العالية على المشاركة، خاصة للذين يشعرون بالخجل من المشاركة في الغرف الصفية .
- تشجع الطلبة على اكتساب ومشاطرة الخبرات وفتح النقاش بينهم.
- توفر للطلبة فرصة كبيرة للتدرب على مهارات القراءة والكتابة.
- تسهل عملية الإرشاد والتوجيه بين المعلم والطالب.[1]

ومن بعض تطبيقات المدونات في التعليم:

1. تستخدم لإدارة مشاريع الطلبة.
2. وسيلة لإدارة حلقات النقاش من خلال طرح المواضيع والتعليق عليها.
3. المشاركة في العروض التقديمية وتقييم الطلبة.
4. تساعد على العمل الجماعي.

كما يمكن استغلال المدونات الإلكترونية في الغرف الصفية وذلك من خلال:

1. **الإدارة الصفية:** يمكن استخدام المدونات الإلكترونية كبوابة إلكترونية تساعد في تكوين مجتمع تعليمي للطلاب، ويمكننا استغلال سهولة التعامل معها لاستخدامها في توصيل متطلبات وتعليمات الدروس للطلاب، أو لإبلاغ الطلاب بملاحظات هامة، أو لتجديد مهام معينة، أو وظائف بيتية، ويمكن أيضا بكل بساطة استخدامها كلوحات مخصصة لأنشطة سؤال وجواب.
2. **التعاون:** توفر المدونات الإلكترونية المساحة اللازمة لكل من الطلاب والمعلمين للتدريب على مهارات تطوير الكتابة، مع الانتباه إلى أنها توفر فرصة وجود جماهير جاهزين للاستماع إلى إنتاجاتهم لتوفير النقد البناء لها، ويمكن للمعلم أن يكتف بتقديم النصح، والإرشاد، والتوجيه، بينما يكتسب

---

[1]- Anne Bartlett-Brag **:blogging to learn**,university of technology,Sydney,Australia ,2005

الطلاب الخبرات من التغذية الراجعة التي سيقدمها نظراؤهم، فيمكن لطلاب مرحلة عليا أن يساعدوا طلاب في مراحل أولى.

3. **المناقشات:** يمكن تخصيص مدونة إلكترونية لصف ما بحيث تعطيهم الفرصة لمناقشة أمور ومواضيع من خارج المنهاج من خلال إعطاء الفرصة للتعليق وإبداء الرأي، كما يمكن للمعلمين أن يشاركوا أشخاص مختصين بمواضيع معينة في المدونة المخصصة للصف لطرح مناقشات أو جلسات مناقشة كالمؤتمرات.

4. **ملفات إنجاز الطلبة أو الحقائب الإلكترونية:** يمكن استخدام المدونات الإلكترونية بكل سهولة لعرض وتنظيم إنجازات الطلبة، وحماية ملكية الطالب لها من خلال تاريخ إرسالها للمدونة، ويمكن تقييم وتطوير مهارات الطالب بصورة أفضل وتحفيزه عندما يعلم أنها ستنشر على الشبكة. [1]

كما تستخدم المدونات أيضا في التعليم العالي من خلال تبادل المعارف، والبناء التشاركي للمشاريع العلمية بين الطلبـــة، أو بين مجتمع علمي داخل مجمـــــــــوعة بحث، وهذا النوع من المدونات يمكن من الدخول إلى وثائق، ومعلومات كتقارير البحوث، وتنتشر استخدام المدونات الإلكترونية في التعليم العالي بالبلدان الأنجلوساكسونية، إذ أن هناك جامعات تحاول البحث في كيفية الاستعانة بالمدونات لمرافقة وعرض المؤتمرات العلمية من بدايتها إلى نهايتها، سيما وأن المدونات لها أهمية كبيرة في مجال التبادل بين مجموعات البحث والتعاون مع مجموعات أخرى.[2]

هـــ - المدونات كبديل إعلامـــي

إن الانترنت بمختلف أنسجتها لا تعمل بفعل السرعة الخطية، إنما الأصل في التشكل الجديد الذي أحدثته، يعود لكونها فضاء تواصليا تفاعليا تسيره سرعتان متلازمتان، سرعة طواف يعمل بها نظام الإبحار في الشبكة، وسرعة لحظية تعمل بها وتيرة الإبحار، والانترنت إنما تستمد سلطانها الذي جعل منها ثورة حقيقية من تقاطع الزمنين المشار إليهما، وفي ضوء هذه المعادلة الزمنية نشأت صحافة الفرد، أو صحافة المواطن، وهو الشكل الإعلامي والاتصالي المنبثق عن التدوين[3].

[1] - Anne Bartlett-Brag **:IbId**
[2] - Engelina Garreau,IbId,P35-38

[3]- عبد الله الزين:مرجع سابق-

فقد أصبحت المدونات تسمى بالإعلام البديل أو صحافة الهواة، أو صحافة المواطن، إذ تعددت التسميات لهذا النوع من الخدمة التي تقدمها الانترنت، وأصبح التساؤل المطروح هل هؤلاء المدونون هم صحفيون هواة أم محترفون؟

يشير كل من البروفيسور إليزابيت سعد كوري و فرانشيسكو مديرا في بحثهما عن إعلام المواطنين إلى أن 8% من مستخدمي الانترنت في الوم أ أسسوا مدونات خاصة بهم في عام 2006 أي ما يساوي 12 مليون شخص، وأن 34% منهم يعتقدون أن التدوين نوع من الصحافة، في نفس الوقت فإن 84% من المدونين كانوا من هواة الكتابة، و 85% لم ينووا الكسب المادي من التدوين، وصحافة المواطن هي صحافة قريبة من هموم المواطن توظف شبكة الانترنت للتعبير عن رأيها، لأن الصحافة التقليدية دخلت في اعتقاد المدونين في غمار الاحتكارات والتوظيف السياسي، والمصلحي[1].

فالصحفي ضمن هذا الوسط الذي يحرك العالم لا يلتزم بقواعد صحفية في نقل الأخبار، وتحليلها، ولا يتقيد بالقوانين التي تسير اللغة، بقدر ما يهتم بالوجه الوظيفي لها، فضلا عن كونه متحررا من متطلبات الضغوط التي يفرضها عنصر الزمن، والمساحة في الأعمال الصحفية والضغوط المهنية الأخرى، بما في ذلك أخلاقيات المهنة والرقابة.[2]

ففي دراسة قام بها لورونجليانو Louruligiliano سنة 2004 على أربع جماعات لصحافة الويب الجديدة، وبعد تحليل مضمونها توصل إلى أن المجموعات الأربع تتمتع بدرجات مختلفة من الحيوية والديمقراطية، وكشفت هذه الدراسة عن القدرات الهائلة التي تمتلكها هذه الوسيلة لتقديم وسائل إعلام بديلة، تعتمد على مبدأ المساواة في بنائها بشكل أكبر من الماضي؛ حيث كانت سيطرة رأس المال، والإيديولوجيات، والسياسات التحريرية على محتوى الصحف[3].

ففي الدول الديمقراطية الليبرالية تعمل صحافة المواطن عادة على إعادة ترتيب الأولويات؛ إذ تحدد في صدارة الاهتمامات كل القضايا التي تأجلت أو تأخرت معالجتها من قبل وسائل الإعلام الرسمي،

---

[1]- جمال الزرن :مرجع سابق

[2] - عبد الله الزين:مرجع سابق

[3] - شريف درويش اللبان : **الصحافة الالكترونية**، ط1، الدار المصرية اللبنانية، 2005، ص .ص 54. 55

فصحافة المواطن في هذه الحالة تعيد إنتاج ما يعرف في نظريات الإعلام بوضع الأجندة في حين في الدول السائرة في طريق النمو تطرح القضايا التي أقصيت من دوائر اهتمام وسائل الإعلام الرسمي، لاعتبارها قضايا لا تنسجم مع سياسات الإعلام، أو مع الدولة، فتعالج على المستوى التدويني، وفي هذه الحالة تدخل في إطار نظرية دوامة الصمت، فيطفو رصيد المسكوت عنه في السياسة الإعلامية، وهكذا يتخذ مفهوم صحافة المواطن مدلولات مختلفة باختلاف السياق الثقافي والسياسي.[1] .

فقد نشرت شبكة سي- نت نيوز الإخبارية المتخصصة في تكنولوجيا على شبكة الانترنت تقريرا عن المدونات ذكرت فيه "إن عمليات البلوغرز واسعة النطاق تتفوق على الصحافة، وعلى وسائل الإعلام، لأنها تقدم وصولا سريعا إلى شبكة عالمية من المواقع وشاهدي العيان.، علاوة على أن عالم البلوغرز يفيض بالتعليقات، والقصص، واليوميات، والمشاعر في مجالات شتى، محدثا تداخلا هائلا مع التغطية الإخبارية لوسائل الإعلام، وفي هذه النقطة لابد من الاعتراف بأن البلوغرز أفضل من وسائل الإعلام التقليدية[2] ؛ إذ يشير استطلاع الرأي الذي قامت به مختبرات جيه لابس (J.Labs) للإعلام التفاعلي في الوم أ إلى أن 98% من المستطلع آراؤهم يدعمون وجود وسائل إعلام إلكترونية كالمدونات، والمواقع الشخصية قائمة على المواطنين المحليين حتى إن لم يكونوا مؤهلين بالمهارات الصحفية، مما يؤكد أن هناك قيمة مضافة في إعلام المواطن، تدعوا القراء إلى تشجيع وسائل الإعلام التي تعتمد على المواطنين.

وهو ما يفسره بعض الباحثين بأنه تعبير عن الحاجات المحلية التي لا تلبيها وسائل الإعلام التقليدية من جهة، ومن جهة أخرى انخفاض ثقة المواطنين في ما ينقله الصحفيون سواء من حيث المواضيع التي يختاروها، أو الأولويات السياسية أو من حيث نظرتهم إلى الأحداث من الأعلى ولا يعيشون الأحداث مع المواطنين، ناهيك عن ما يمثله إعلام المواطن من نهاية عهد سلطة رؤساء التحرير واحتكارهم لقرار النشر الذي لطالما حال بين المواطنين، ونشر قضاياهم، وقناعاتهم سواء لأسباب مهنية صحفية، أو لأسباب توجهات الصحف وقناعات مالكيها وإدارتهـــــــا.[3]

[1] - عبد الله الزين:مرجع سابق

[2] - جمال الزرن :مرجع سابق

[3] - هيثم ناصر:مرجع سابق، ص18

ويرى البعض أن المدونات بدأت تحدث أثرا في الحياة العامة في الولايات المتحدة الأمريكية على عدة أصعدة سياسية، واجتماعية، وإعلامية، وذلك عبر نشرها لتقارير حول أخطاء القادة السياسيين، ومن جهة أخرى بسبب اختلاف الطريقة التي يقوم بها المراسلون بكتابة تقاريرهم، ومن ثم فإن محرري المدونات غدو مؤثرين على نحو متزايد لدرجة أنه يتم النظر إليهم الآن على أنهم جزء مهم من وسائل الإعلام الرئيسية[1].

وحتى في الدول العربية يقوم المدونون بتغطية العديد من الأحداث التي لا تحظى باهتمام كبير من وسائل الإعلام التقليدية الرسمية، فمثلا مدونة علاء بمصر قامت بنشر تقرير صحفيا عن اللاجئين السودانيين الذين كانوا يتظاهرون سلميا في القاهرة في حين قوبلوا بالعنف والاضطهاد، وهو ما كشفه التقرير المنشور بالمدونة ولفت الانتباه إلى الموضوع، وفتح حوارا ونقاشا واسعا حول الحدث.[2]

ويصنف الصادق رابح المدونات التي تقوم بدور مشابه لوسائل الإعلام إلى مايلي:

مدونات يقوم بتدوينها مواطنون لا تربطهم بوسائل الإعلام أي روابط فيقومون بأدوار مختلفة تتنوع بين التعليق، والنقد لمضامين وسائل الإعلام، والكتاب المتخصصين وهي تقوم بدور المراقب لهم للكشف عن أخطائها وتحيزها، والتنبه لقضايا لم تهتم بها وسائل الإعلام.

1. مدونات الجمهور: وهي مدونات ملحقة بالمواقع الإلكترونية للوسائط الإعلامية، فقد دفعت شعبية المدونات الكثير من المؤسسات الإعلامية لاحتضان مواقعها لمنصات التدوين، فالجزيرة مثلا والجزيرة توك (Jazeera talk) أسست رابطة مدونون بلا حدود، إضافة إلى خدمة "شارك" التي أطلقتها القناة سنة 2008 حيث نقرأ في الصفحة الداخلية "أنت مواطن صحفي، هل شهدت حدثا إخباريا هاما أو التقطت فيديو لحدث هام، إنه دورك لصناعة الأخبار، ونقل صوتك للعالم"، إضافة إلى ما قامت به كل من جريدة لوموند Le monde الفرنسية، والبايس (Elpais) الإسبانية، والغارديين البريطانية (Guardian.CO.UK) بفتح مواقعها للجمهور للتدوين.

---

[1] - عبد الرحمن فراج :مرجع سابق

[2] - جمال الزرن: مرجع سابق

2. مدونات الإعلاميين الملحقة بالمؤسسات الإعلامية: هناك مؤسسات تمكن إعلامييها من إنتاج مدوناتهم الخاصة ضمن مواقعها الإلكترونية.[1]

و- استخدام المدونات في المؤسسات الاقتصادية

دخلت المدونات عالم المؤسسات الاقتصادية سنة 2005، حيث عرفت في تلك الفترة 5000 مؤسسة إطلاق مدونات لها أسست من طرف مسيريها وعمالها، وفي الواقع كانت هذه النسبة ضئيلة مقارنة مع أنواع المدونات الأخرى، إذ تمثل 0،1% إلا أنها وبعد ذلك عرفت تطورا كبيرا بعدما كانت تقتصر عليها المؤسسات الكبرى كميكروسوفت، وميكروسيستام، وديزني.[2]

وقد جاءت نشأة هذا النوع من المدونات استجابة لأهداف متنوعة خاصة منها الاتصال داخل المؤسسة، ونشر المعلومات بها؛ إذ تكمن الفائدة من المدونات الداخلية في المؤسسة في أنها توفر تكنولوجيا إنسانية سهلة الاستخدام، وبسيطة الفهم ويسيرة العمل من أجل الاتصال، والتعاون، كما أنها تتيح إمكانية كبيرة للتفاعل، والعمل بها ليس مكلفا، وأنها تعد قناة لنشر المعلومات داخل المؤسسة [3].

فالعديد من المؤسسات تستخدم المدونات لترقية العمل الجماعي والتبادل ألمعلوماتي بين العمال، فمؤسسة ديزني مثلا كانت تستخدم المدونات لنشر تقارير الاجتماعات، وبالتدريج اعتاد العمال على قراءة كل ما يتعلق بالمشاريع على المدونات، وأصبحت المؤسسات تعتمد عليها في تسيير المشاريع عن بعد، حتى أن أحد المسيرين قال "عن طريق المدونات، حتى عن بعد نستطيع أن نعمل معا، وعندما نلتقي الكل يكون في مستوى واحد من معرفة مشاكل، ومستوى تقدم المشروع"، فمثلا مديرة الإشهار بمؤسسة Capgemini وعندما كانت تحاول تغيير ماركة المؤسسة، قالت وهي تعني بذلك أهمية المدونة بالنسبة للمؤسسة "أبحث عن فضاء يسمح لي بتبادل المعلومات مع مديري الاتصال ببلدان أخرى دون المرور على قسم الإعلام الآلي" مشيرة هنا إلى المدونات كونها لا تحتاج إلى مختصين في الإعلام الآلي للعمل بها[4].

---

[1] - الصادق رابح : **التفاعلية في الصحف العربية على الانترنت**، مرجع سابق

[2]- Engelina Garreau,IbId,P40

[3]-DESAVOYE, Benoît ; DUCAMP, Christophe, IbId. ,P106-107

[4] - Engelina Garreau,IbId, P40

كما أن المدونة الإلكترونية تقوم بدور هام في تقريب المصالح من بعضها البعض، خاصة بالنسبة للمؤسسات متعددة الأقسام والفروع، فهي الوسيلة الأفضل، والفضاء الأنجع لمختلف الفاعلين بها للتبادل، والتعاون فهي تدخل في إطار تكنولوجيا تسيير المعارف بطريقة سهلة، وتفعيل الاتصال الداخلي بالمؤسسة، فمثلا مؤسسة BBC بلندن تملك 50 مدونة داخلية تجمع 150 كاتبا، وقد كان الإقبال عليها محتشما في البدايات، إلا أنها بعد مدة أصبحت ثاني المواقع زيارة وتصفحا بنسبة 20 ألف صفحة تزار شهريا[1].

ولا يقتصر دور المدونات في الاتصال الداخلي فقط بل حتى في عالم الأعمال التجارية، أصبحت المدونات وسيلة فعالة تفيد الشركات، والمؤسسات في الترويج لمنتجاتها والدعاية لها، إذ ثمة إشارات إلى أن المدونات تستخدم الآن لبيع المنتجات بمعدلات غير مسبوقة، وعلى سبيل المثال فإن صاحبة شركة "خبراء التسويق المؤلفين Author marketing experts بمدينة سان دييجو قالت أن المدونات كانت أعظم تأثيرا بالنسبة لها من وسائل الإعلان التقليدية المطبوعة، من حيث تأثيرها على مبيعات الكتب.[2]

ز – وسيلة للحصول على المعلومات

لقد مكنت الشبكة الفرد من استعمال الحاسوب للحصول على كم من المعلومات بأشكال مختلفة، لم يكن يحلم بها أحد في الماضي، كل ذلك في مواقع متباعدة على وجه البسيطة؛ إذ من خلال الاتصالات فائقة السرعة يستطيع الناس الارتباط ببعضهم، وفي مواقع تبعدهم عن بعضهم آلاف الأميال وفي قارات متباعدة، كما أصبح بإمكان أي باحث الحصول على ما يريد من البيانات من مختلف المراجع العلمية، بل يستطيع التحدث أو إجراء المناقشات مع الغير، ممن يشاركونه اهتمامه.[3]

وقد مكنت الشبكة الأفراد من إضافة المعلومات التي تتعلق بجانب معين من جوانب الحياة والمشاركة في مواردها مع ملايين البشر، وتوزيعها من خلال الانترنت متجاوزا قيود الزمان والمكان، وكانت المدونات أحد تطبيقات الانترنت التي خلفت غيرها من الخدمات السابقة التي كانت تفتقد

[1] - DESAVOYE, Benoît ; DUCAMP, Christophe, IbId. ,P106

[2] - عبد الرحمن فراج: مرجع سابق

[3] - مجلة الدراسات المالية والمصرفية: المعهد العربي لدراسات، عمان، 1995، ص95

للاتصال، والتواصل، والتفاعلية بين المستفيدين منها لتحقق بذلك المدونات الاتصـــال، والتواصل والحريـــة في إبداء الرأي، وآنية المعلومة، متجاوزة كل الحواجز الزمنية، والمكانية، والرقابية على المعلومات التي لا تجد قبولا سياسيا، أو دينيا، أو اجتماعيا في بلد ما.[1]

ولهذا أصبحت المدونات الإلكترونية مصدرا هاما يستمد منه الإنسان المعلومات، والنفاذ إليها والتفاعل معها إن سلبا أو إيجابا، بل ومتابعة الأخبار، وقياس الآراء كما أنها تتميز بأنها تضم وجهة نظر كاتب المدونة، وهو ما يجعلها تنفرد عن غيرها من المصادر، كما أن المدونات كمصدر جديد للمعلومات على الشبكة تتسم بالتراكم، والزيادة المستمرة، والسريعة ثانية بعد الأخرى، وذلك يعني وجود محتويات لمصادر لا متناهية، وفي نفس الوقت هذه المحتويات تتيح القدرة على المشاركة والانخراط المدني في الأنباء، والأخبار في المجتمع.[2]

ويمكن للمدونـــة أن تكـــون مصدرا من مصـــادر المعلومـــات بصـــورة عـــامة، والرقمية بصورة خاصة إذ يقول أحد المدونين "المدونات الإلكترونية في مجملها مكتبة ذات عولمة عصرية، تصلح لتكون مرجعا مهما، ومصدرا واسعا للباحثين عن المعرفة، والمعلومات الثقافية العامة أو المحددة باختصاص معين أو باتجاه معين، كما جذبت المدونات الإلكترونية إليها الانتباه سواء على المستوى الأكاديمي أو الشعبي ذلك كونها وافدا إعلاميا جديدا لمجتمع الإعلام والمعلومات[3].

فنجد في المدونات مقالات، وأبحاث، ودراسات خاصة منها تلك التي ينشئها الأكاديميون والمختصون، يلجأ إليها الأفراد عند الحاجة، كما أن هناك العديد من المدونات المتخصصة التي توفر معلومات لأصحاب الاختصاص، كما نجد مدونات أخرى تقوم بمهمـــة جمع الكتب الإلكترونـــيـــة ووضعهـــا تحت خدمة الزائرين للتحميل، كما أنها وبفتحها لمجال النقد فهي تمكن الزائرين من الاستفسار عن أي غموض قد يجده الفرد في المعلومة التي يقدمها.

---

[1] - شيماء إسماعيل عباس: **المدونات المصرية على الشبكة العنكبوتية العالمية كمصد جديد للمعلومات-دراسة تحليلية-**،رسالة ماجستير، كلية الآداب ،قسم المكتبات والوثائق، وتقنيات المعلومات ، جامعة القاهرة، 2007، ص13

[2] - شيماء إسماعيل عباس: مرجع سابق، ص13

[3] - عصام منصور :مرجع سابق

وقد كشفت دراسة عصـــام منصور حول المدونـــات كمصدر جديد للمعلومـــات، أن الأسباب التي جعلت عينة الدراسة تأخذ بالمدونات كمصدر رقمي للمعلومات مايلي:

- خصوبة الآراء وتعدد وجهات النظر.
- تنوع أشكال المعلومات بين النص والصورة والصوت.
- تراكم المعلومات وزيادتها بشكل مستمر وسريع.
- حداثة المعلومات وقابليتها للإضافة والحذف والتعديل.
- المشاركة والتفاعل سواء مع المؤلف أو مع أصحاب المداخلات الذين يتركون وسائل للاتصال بهم، من حيث تصفحها وقراءتها وحفضها رقميا، وكذلك من حيث إرسالها أو تبادلها مع آخرين بجانب سهولة طبعها وتخزينها.
- امتلاكها لروابط ووصلات ذات الصلة بموضوعها مما يقوي من خصوبة المعلومات.
- الاحتفاظ بأرشيف المداخلات السابقة.[1]

إلا أن ما يعاب على المدونات الإلكترونية هو أن أي شخص بإمكانه أن يكتب ما يريد، ويغلب على مقالاتها الطابع الشخصي للمؤلف، وفي بعض الأحيان تكون المعلومات غير صحيحة، وقد تنقل إشاعات أو دعابات، كما أن الكثير من الدراسات والبحوث التي تعرضها تكون غير موثقة، إضافة إلى إمكانية استخدام المؤلف لاسم مستعار، مما يجعلنا نقع أمام مشكلة جهلنا للمصدر في الوقت الذي تتيح فيه المدونات المجال للمدونيين أن يكتبوا في أي موضوع باختلاف مستويات تعليمهم.

ح- استخدام المدونات في مجال المكتبات

من أبرز المجالات التي تأثرت بالمدونات الإلكترونية، مجال المكتبات فقد قال هان Hane أن المدونات تعد أمرا طبيعيا بالنسبة للعاملين بالمكتبات، فيما قال هيو Hwwe على ذلك "إن المكتبين ولدوا ليدونوا، ومن هنا فقد نشأ نوعان من المدونات في مجال المكتبات هما المدونات الخاصة بالمكتبات، والمدونات الخاصة بالمكتبين:

---

[1] - عصام منصور :مرجع سابق

1. **مدونات المكتبين:** هي تلك المدونات التي ينشئها ويقوم على إدارتها اختصاصيو المكتبات، سواء كانوا تابعين لأحد مرافق المعلومات أو لا، وتهدف مدونات المكتبين إلى مايلي:

- العمل كمنتدى للمناقشة وتبادل الآراء والمعلومات والخبرات فيما بين المكتبين.
- الإعلام عن الأحداث الجديدة في مجال المعلومات.
- الإشعار عن الاجتماعات المهنية (المؤتمرات والندوات،....إلخ) قبل انعقادها وبعد.
- الإرشاد إلى مصادر المعلومات الإلكترونية المتاحة على الشبكة بجميع فئاتها.[1]
- التعرف على الاتجاهات والقضايا الحديثة ذات الصلة بمجال المكتبات والمعلومات.
- أداة للتنمية المهنية للمكتبين حيث تساعدهم في الحفاظ على حداثة معلوماتهم ذات الصلة بالمجال

2. **مدونات المكتبات:** وهي تلك المدونات التابعة لمرافق المعلومات، وتتم إدارتها من قبل واحد أو أكثر من اختصاصي، كما أنه ينبغي أن يكون لها حضور على موقع المكتبة أو على الأقل يتم إعداد رابطة لها على الموقع، وتتوجه تلك المدونات بصفة رئيسية إلى المستفيدين من تلك المكتبة، وذلك بدلا من المجتمع الواسع لاختصاصي المكتبات والمعلومات، وتنشأ مدونات المكتبات لسببين هما:

- تفعيل الاتصال بالمستفيدين من المكتبة.
- تفعيل الاتصال بالزملاء من اختصاصي المكتبة

ما أهداف إنشاء مدونات المكتبات فهي:

- نشر تقارير النشاطات الخاصة بمشروعات معينة في المكتبة.
- نشر قائمة الإضافات الحديثة للمكتبة.
- الإعلان عن الخدمات الجديدة والترويج لها.
- الإشعار عن مواقع الانترنت المجانية، ومراصد البيانات وغيرها من المصادر.
- الإعلان عن الدورات التدريبية وبرامج التعليم المستمر.

---

[1] - شيماء إسماعيل عباس: مرجع سابق، ص16

- الإشعارات الداخلية بين اختصاصي المكتبة، وبعضهم البعض، وتبادل الآراء والمعلومات فيما بينهم.[1]
- أن تكون المدونة ملحقا لنشرة المكتبة أو بديلا عنها.

ويمكن تضمين المدونة داخل موقع المكتبة، كما أنه يمكن استضافتها من خلال خدمة خارجية توفر الوصول إلى المدونة مقابل تكلفة مادية ضئيلة، أو دون تكلفة، كما أن المكتبة قد يكون لها مدونة واحدة يشترك في تحريرها مختص واحد أو أكثر من أقسام مختلفة، كما أنه قد تكون لها مجموعة من المدونات تتم إدارتها من قبل مجموعات من المكتبين بغرض توصيل المعلومات لفئات من الجمهور أكثر تخصصا.[2]

[1] - عبد الرحمن فراج :مرجع سابق
[2] - عبد الرحمن فراج :مرجع سابق

الفصل الرابع:استخدامات ودوافع المدونين في التدوين

أولا: عادات وأنماط المدونين في التدوين

ثانيا:دوافع المدونين في التدوين

الجدول (7) يبين مدة استخدام المدونين للانترنت حسب متغيري الجنس والمستوى التعليمي

الجنس والمستوى التعليمي / المدة	ثانوي						جامعي						دراسات عليا						المجموع	النسبة
	ذكور		إناث		المجموع	النسبة	ذكور		إناث		المجموع	النسبة	ذكور		إناث		المجموع	النسبة		
	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%		
أقل من سنة	3	13.04	4	19.04	7	15.90	4	5	5	13.15	9	10.46	/	/	5	21.73	5	9.61	21	11.53
من سنة إلى خمس سنوات	10	43.47	8	34.78	18	40.90	25	5.20	16	42.10	41	47.67	10	34.48	14	60.86	24	46.15	83	45.60
من 5سنوات إلى 10سنوات	5	21.37	5	23.80	10	22.72	12	25	10	26.31	22	25.58	15	51.72	2	8.69	17	32.69	49	51.64
من 10سنوات فأكثر	5	21.37	4	19.04	9	20.45	7	14.58	7	18.42	14	16.27	4	13.97	2	8.69	6	10.34	29	15.93
المجموع	23	100	21	100	44	100	48	100	38	100	86	100	29	100	23	100	52	100	182	100

كا2 المحسوبة =33.35 **كا2 الجدولية =24.99**

د =15

الجدول 8: يبين دوافع استخدام المدونين للانترنت وفقا لمتغيري الجنس والمستوى التعليمي

الجنس والمستوى لتعليمي	ثانوي						جامعي						دراسات عليا						المجموع	النسبة
الدوافع	ذكور		إناث		المجموع	النسبة	ذكور		إناث		المجموع	النسبة	ذكور		إناث		المجموع	النسبة		
	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%		
معرفة الأخبار المحلية والدولية	6	13.63	4	8.88	10	11.23	22	17.32	8	9.75	30	14.35	13	19.40	12	29.26	25	23.14	65	16
اكتساب معارف ومهارات جديدة	12	27.27	10	22.22	22	24.71	23	18.11	18	21.95	41	19.61	20	29.85	08	19.51	28	25.92	91	22.41
انجاز البحوث	4	9.09	5	11.11	9	10.11	14	11.02	15	18.29	29	13.87	10	14.92	08	19.51	18	16.66	56	13.79
البحث عن فرص عمل	1	20.27	/	/	1	1.12	3	2.36	6	7.31	9	4.30	10	14.92	4	9.75	14	12.96	24	5.91
التعلم	9	20.45	11	24.44	20	22.47	23	18.11	14	17.07	37	17.70	06	8.95	5	12.19	11	10.18	68	16.74
إقامة صداقات	4	9.09	6	13.33	10	11.23	20	15.74	5	6.09	25	11.96	4	5.97	2	4.87	6	5.55	41	10.09
المتعة والترفيه	8	18.18	9	20	17	19.10	22	17.32	16	19.51	38	18.18	4	5.97	2	4.87	6	5.55	61	15.02
المجموع	44	100	45	100	89	100	127	100	82	100	209	100	67	100	41	100	108	100	406	100

كا2 المحسوبة =73.05 **درجة الحرية= 25**

كا2 الجدولية =37.65

الجدول 9: يبين خدمات الانترنت التي يفضلها المدونون حسب متغيري الجنس والمستوى التعليمي

الجنس والمستوى لتعليمي الخدمات	ثانوي						جامعي						دراسات عليا						المجموع	النسبة
	ذكور		إناث		المجموع	النسبة	ذكور		إناث		المجموع	النسبة	ذكور		إناث		المجموع	النسبة		
	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%		
نقل الملفات	08	17.77	7	19.44	15	18.51	18	21.95	10	17.54	28	20.14	16	34.78	15	37.5	31	34.83	74	24.18
الربط عن بعد	/	/	1	2.77	1	1.23	03	3.65	06	10.52	9	6.47	4	8.69	06	15	10	11.23	20	6.53
البريد الالكتروني	14	31.11	10	27.77	24	29.62	21	25.60	11	19.29	32	23.02	13	28.26	10	25	23	25.84	79	25.81
الدردشة	14	31.11	12	33.33	26	32.09	18	21.95	10	17.54	28	20.14	1	2.17	02	5	6	6.74	57	18.62
مجموعات الأخبار	03	6.66	01	2.77	4	4.93	15	18.29	11	19.29	26	18.70	8	17.39	05	12.5	13	14.60	43	14.05
خدمة الويب	6	13.33	05	13.88	11	13.58	07	8.53	9	15.78	16	11.51	4	8.69	02	5	6	6.74	33	10.78
المجموع	45	100	36	100	81	100	82	100	57	100	139	100	46	100	40	100	89	100	306	100

كا2 المحسوبة =48.73 **د=25**

كا2 الجدولية =37.65

الجدول 10: يبين الوقت الذي يقضيه عادة المدونون في استخدام الانترنت يوميا حسب متغيري الجنس والمستوى التعليمي

الجنس والمستوى لتعليمي	ثانوي						جامعي						دراسات عليا							
	ذكور		إناث		المجموع	النسبة	ذكور		إناث		المجموع	النسبة	ذكور		إناث		المجموع	النسبة	المجموع	النسبة
الوقت	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%		
ساعة	03	13.04	1	4.76	4	9.09	15	31.25	09	23.68	24	27.90	/	/	/	/	/	/	28	15.38
ساعتين	06	26.08	06	28.57	12	27.27	06	12.5	09	23.68	15	17.44	09	31.03	10	43.47	19	36.53	46	25.27
ثلاث ساعات	06	26.08	08	38.09	14	31.81	12	25	04	10.52	16	18.60	10	34.48	05	21.73	15	28.84	45	24.72
أربع ساعات	02	8.69	04	19.04	6	13.63	05	10.41	04	10.52	9	20.45	02	25	05	21.73	7	13.46	22	12.08
خمس ساعات فأكثر	06	26.08	02	9.52	8	18.18	10	20.83	12	31.57	22	25.58	08	27.58	03	13.04	11	21.15	41	22.52
المجموع	23	100	21	100	44	100	48	100	38	100	86	100	29	100	23	100	52	100	182	100

كا2 المحسوبة =47.27 **د=20**

كا2 الجدولية =31.41

الجدول 11: يبين مدة استخدام المدونين للمدونات وفق متغيري الجنس والمستوى التعليمي

الجنس والمستوى التعليمي	ثانوي						جامعي						دراسات عليا						المجموع	النسبة
مدة استخدام المدونات	ذكور		إناث		المجموع	النسبة	ذكور		إناث		المجموع	النسبة	ذكور		إناث		المجموع	النسبة		
	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%		
منذ أقل من سنة	12	52.17	03	14.28	15	34.09	10	20.83	15	39.47	25	29.06	05	17.24	02	8.69	7	13.46	47	25.82
من سنة إلى ثلاث سنوات	03	13.04	12	57.14	15	34.09	20	41.66	18	47.36	38	44.18	17	58.62	16	69.56	33	63.46	86	47.25
من ثلاث سنوات فأكثر	08	34.78	06	28.57	14	31.81	18	37.5	05	13.15	23	26.74	7	18.42	5	21.73	12	23.07	49	26.92
المجموع	23	100	21	100	44	100	48	100	38	100	86	100	29	100	23	100	52	100	182	100

كا2 المحسوبة =31.41 **د=10**

كا2 الجدولية= 18.30

الجدول12:يبين عدد المدونات التي يديرها المدونون على الشبكة وفقا لمتغيري الجنس والمستوى التعليمي

الجنس والمستوى لتعليمي	ثانوي						جامعي						دراسات عليا						المجموع	النسبة
	ذكور		إناث		المجموع	النسبة	ذكور		إناث		المجموع	النسبة	ذكور		إناث		المجموع	النسبة		
عدد المدونات	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%		
مدونة واحدة	11	47.82	15	71.42	26	59.09	21	43.75	18	47.36	39	88.63	17	58.62	15	65.21	32	61.53	97	53.29
مدونتين	06	26.08	02	9.52	8	18.18	10	20.83	09	23.68	19	22.09	11	37.93	5	21.73	16	30.76	43	23.62
ثلاث مدونات فأكثر	06	26.08	04	19.04	10	22.72	17	35.41	11	28.94	28	32.55	1	3.44	3	13.04	4	7.69	42	23.07
المجموع	23	100	21	100	44	100	48	100	38	100	86	100	29	100	23	100	52	100	182	100

كا2 المحسوبة =12.32 **د=10**

كا2 الجدولية =18.30

الجدول 13: يبين عدد مرات التدوين وفقا لمتغيري الجنس والمستوى التعليمي

الجنس والمستوى لتعليمي	ثانوي						جامعي						دراسات عليا							
عدد المرات	ذكور		إناث		المجموع	النسبة	ذكور		إناث		المجموع	النسبة	ذكور		إناث		المجموع	النسبة	المجموع	النسبة
	ت	%	ت	%		%	ت	%		%	ت	%		%	ت	%	ت	%		
مرة واحدة في الأسبوع	2	8,70	3	14.28	5	11.36	7	14.58	6	15,79	13	15.11	5	17,24	1	4,35	6	11.53	24	13,19
مرتان في الأسبوع	7	30,43	4	19,05	11	25	4	8,33	4	10,53	8	9.30	5	17,24	1	4,35	6	11.53	25	13,74
ثلاث مرات في الأسبوع	5	21,74	4	19,05	9	20.45	1	2,08	1	2,63	2	2.32	/	/	8	34,78	8	15.38	19	10,44
أربع مرات في الأسبوع	5	21,74	2	9,52	7	15.90	2	4,17	3	7,89	5	5.81	7	24,14	3	13,04	10	19.23	22	12,09
خمس مرات في الأسبوع	2	8,70	1	4,76	3	6.81	4	8,33	/	/	4	4.65	7	24,14	1	4,35	8	15.38	15	8,24
ست مرات في الأسبوع	/	/	2	9,52	2	4.54	/	/	/	/	/	/	5	17,24	1	4,35	6	11.53	8	4,40
يوميا	2	8,70	3	14,29	5	11.36	15	31,25	7	18,42	22	25.58	/	/	2	8,70	2	3.84	29	15,93
حسب الظروف	/	/	2	9,52	2	4.54	15	31,25	17	44,74	32	37.20	/	/	6	26,09	6	11.53	40	21,98
المجموع	23	100	21	100	44	100	48	100	38	100	86	100	29	100	23	100	52	100	182	100

كا2 المحسوبة =138.79 كا2 الجدولية =37.65 د=25

الجدول 14:يبين عدد المرات التي يدون فبها المدونون عادة في الأسبوع وفقا لمتغيري الجنس والمستوى التعليمي

الجنس والمستوى لتعليمي	ثانوي						جامعي						دراسات عليا								
حجم الوقت	ذكور		إناث		المجموع	النسبة	ذكور		إناث		المجموع	النسبة	ذكور		إناث		المجموع	النسبة	المجموع	النسبة
	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%		
أقل من ساعة	2	8,70	5	23,81	7	15.90	16	33,33	10	26,32	26	30.23	8	27,59	2	8,70	10	19.23	43	23,63
من ساعة إلى ساعتين	10	43,48	8	38,10	18	40.90	17	35,42	18	47,37	35	40.69	11	37,93	14	60,87	25	48.07	78	42,86
من ساعتين إلى ثلاث ساعات	/	/	2	9,52	2	4.54	4	8,33	4	10,53	8	9.30	3	10,34	2	8,70	5	9.61	15	8,24
من ثلاث ساعات إلى أربع ساعات	5	21,74	2	9,52	7	15.90	1	2,08	1	2,63	2	2.32	7	24,14	1	4,35	8	15.38	17	9,34
من أربع ساعات إلى خمس ساعات	/	/	1	4,76	1	2.27	4	8,33	1	2,63	5	5.81	/	/	1	4,35	1	1.92	7	3,85
من خمس إلى ست ساعات	3	13,04	2	9,52	5	11.36	2	4,17	1	2,63	3	3.48	/	/	3	13,04	3	5.76	11	6,04
أكثر من ست ساعات	3	13,04	1	4,76	4	9.09	4	8,33	3	7,89	7	8.13	/	/	/	/	/	/	11	6,04
المجموع	23	100	21	100	44	100	48	100	38	100	86	100	29	100	23	100	52	100	182	100
كا2 المحسوبة =61.22				**كا2 الجدولية =37.56**				**د=25**												

الجدول 15: يبين عدد مرات تحديث المدونين لمدوناتهم وفقا لمتغيري الجنس والمستوى التعليمي

الجنس والمستوى لتعليمي / عدد المرات	ثانوي						جامعي						دراسات عليا						المجموع	النسبة
	ذكور		إناث		المجموع	النسبة	ذكور		إناث		المجموع	النسبة	ذكور		إناث		المجموع	النسبة		
	ت	%			ت	%			ت	%			ت	%	ت	%	ت	%		
مرة واحدة في الأسبوع	6	26,09	3	14.28	9	20.45	8	16.66	9	23,68	17	19.76	4	13,79	6	26,09	10	19.23	36	19,78
مرتان في الأسبوع	4	17,39	4	19,05	8	18.18	1	2,083	4	10,53	5	5.81	5	17,24	5	21,74	10	19.23	23	12,64
ثلاث مرات في الأسبوع	4	17,39	3	14,29	7	15.90	1	2,083	1	2,63	2	2.32	11	37,93	4	17,39	15	28.84	24	13,19
أربع مرات في الأسبوع	2	8,70	2	9,52	4	9.09	1	2,083	1	2,63	2	2.32	2	6,90	1	4,35	3	5.76	9	4,95
خمس مرات في الأسبوع	/	/	1	4,76	1	2.27	2	4,167	/	/	2	2.32	1	3,45	2	8,70	3	5.76	6	3,30
ست مرات في الأسبوع	2	8,70	2	9,52	4	9.09	/	/	1	2,63	1	1.16	1	3,45	2	8,70	3	5.76	8	4,40
كل يوم	2	8,70	2	9,52	4	9.09	15	31,25	3	7,89	18	20.93	1	3,45	3	13,04	3	5.76	26	14,29
كل خمسة عشر يوما	/	/	1	4,76	1	2.27	6	12,5	1	2,63	7	8.13	4	13,79	/	/	4	7.69	12	6,59
كل شهر	3	13,04	3	14,29	6	13.63	14	29,17	19	50,00	33	38.37	/		/	/	/	/	39	21,43
المجموع	23	100	21	100	44	100	48	100	38	100	86	100	29	100	23	100	52	100	182	100

كا2 الحسابية=80.38 **د =25**

كا2 الجدولية =37.65

الجدول16 :يبين الأيام التي يدون فيها المدونون وفقا لمتغيري الجنس والمستوى التعليمي

الجنس والمستوى لتعليمي	ثانوي						جامعي						دراسات عليا							
أيام التدوين	ذكور		إناث		المجموع	النسبة	ذكور		إناث		المجموع	النسبة	ذكور		إناث		المجموع	النسبة	المجموع	النسبة
	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%		
الأحد	2	5,882	3	12	5	8.47	3	4.61	2	5,71	5	5	1	2,13	1	4,35	2	2.85	12	5,24
الاثنين	4	11,76	1	4	5	8.47	3	4,62	1	2,86	4	4	1	2,13	1	4,35	2	2.85	11	4,80
الثلاثاء	4	11,76	4	16	8	13.79	4	6,15	2	5,71	6	6	1	2,13	1	4,35	2	2.85	16	6,99
الأربعاء	1	2,941	1	4	2	3.38	4	6,15	1	2,86	5	5	4	8,51	1	4,35	5	7.14	12	5,24
الخميس	8	23,53	2	8	16	27.11	6	9,23	4	11,43	10	10	1	2,13	1	4,35	2	2.85	22	9,61
الجمعة	9	26,47	6	24	15	25.42	12	18,46	7	20,00	19	19	17	36,17	10	43,48	27	38.57	61	26,64
السبت	6	17,65	7	28	13	22.03	08	12,31	8	22,86	16	16	17	36,17	8	34,78	25	35.71	54	23,58
كل أيام الأسبوع	/	/	1	4	1	1.69	25	38,46	10	28,57	35	35	5	10,64	/	/	5	7.14	41	17,90
المجموع	34	100	25	100	59	100	65	100	35	100	100	100	47	100	23	100	70	100	229	100

كا2 المحسوبة =131.16 **د =25**

كا2 الجدولية =37.65

الجدول 17:يبين الفترات التي يفضل فيها المدونون التدوين وفقا لمتغيري الجنس والمستوى التعليمي

الجنس والمستوى لتعليمي	ثانوي						جامعي						دراسات عليا						المجموع	النسبة
	ذكور		إناث		المجموع	النسبة	ذكور		إناث		المجموع	النسبة	ذكور		إناث		المجموع	النسبة		
فترات التدوين	ت	%			ت	%			ت	%			ت	%	ت	%	ت	%		
صباحا	2	7,69	3	12	5	9.80	8	11.94	2	3,64	10	8.19	6	19,35	/	/	6	11.11	21	9,25
زوالا	3	11,54	2	8	5	9.80	10	14,93	3	5,45	13	10.65	2	6,45	/	/	2	3.70	20	8,81
مساء	5	19,23	4	16	9	17.64	15	22,39	18	32,73	33	27.04	11	35,48	4	17,39	15	27.77	57	25,11
ليلا	15	57,69	14	56	29	56.86	26	38,81	22	40,00	48	39.34	4	12,90	14	60,87	18	33.33	95	41,85
بعد منتصف الليل	1	3,85	2	8	3	5.88	8	11,94	10	18,18	18	14.75	8	25,81	5	21,74	13	24.07	34	14,98
المجموع	26	100	25	100	51	100	67	100	55	100	122	100	31	100	23	100	54	100	227	100

كا2 المحسوبة =35.45 **د= 20**

كا2 الجدولية =31.41

الجدول 18 :يبين الأماكن التي يفضلها المدونون في التدوين وفقا لمتغيري الجنس والمستوى التعليمي

الجنس والمستوى لتعليمي	ثانوي						جامعي						دراسات عليا							
الأماكن	ذكور		إناث		المجموع	النسبة	ذكور		إناث		المجموع	النسبة	ذكور		إناث		المجموع	النسبة	المجموع	النسبة
	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%		
مقهى الانترنت	20	80	12	52.17	32	66.66	15	28.30	14	32,56	29	30.20	4	12,5	2	8,70	5	9.09	67	33,67
المنزل	5	20	10	43,48	15	31.25	30	56,60	28	65,12	58	60.41	18	56,25	16	69,57	34	61.81	107	53,77
العمل	/	/	/	/	/	/	2	3,77	1	2,33	3	3.12	6	18,75	3	13,04	9	16.36	12	6,03
أماكن الدراسة	/	/	1	4,35	1	2.08	6	11,32	/	/	6	6.25	4	12,5	2	8,70	5	9.09	13	6,53
المجموع	25	100	23	100	48	100	53	100	43	100	96	100	32	100	23	100	55	100	199	100

كا2 المحسوبة =67.75 **د =15**

كا2 الجدولية=24.99

الجدول 19:يبين الوضعية التي يدون فيها المدونون وفقا لمتغيري الجنس والمستوى التعليمي

الجنس والمستوى لتعليمي	ثانوي						جامعي						دراسات عليا							
	ذكور		إناث		المجموع	النسبة	ذكور		إناث		المجموع	النسبة	ذكور		إناث		المجموع	النسبة	المجموع	النسبة
الوضعية	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%		
بمفردك	12	52,17	20	86.95	32	69.56	28	68.29	28	96,55	56	80	25	83,33	20	80	45	81.81	133	77,78
مع أفراد العائلة	3	13,04	/	/	3	6.52	4	9,76	/	/	4	5.71	/	/	1	4	1	1.81	8	4,68
مع الأصدقاء	8	34,78	3	13,04	11	23.91	9	21,95	1	3,45	10	14.28	5	16,67	4	16	9	16.36	30	17,54
المجموع	23	100	23	100	46	100	41	100	29	100	70	100	30	100	25	100	55	100	171	100

كا2 المحسوبة = 12.19 **د=10**

كا2 الجدولية = 18.30

ب–أنماط المدونين في التدوين

الجدول20: يبين نوع المدونة الرئيسية للمدونين وفقا لمتغيري الجنس والمستوى التعليمي

الجنس والمستوى التعليمي	ثانوي						جامعي						دراسات عليا						المجموع	النسبة
	ذكور		إناث		المجموع	النسبة	ذكور		إناث		المجموع	النسبة	ذكور		إناث		المجموع	النسبة		
نوع المدونة	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%		
اجتماعية	6	23,08	7	26.92	13	25	15	24.19	10	13,70	25	18.51	7	19,44	9	26,47	16	22.85	53	20,62
سياسية	/	/	/	/	/	/	4	6,45	/	/	4	2.96	8	22,22	6	17,65	14	20	18	7,00
اقتصادية	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/
فنية	/	/	2	7,69	2	3.84	5	8,06	15	20,55	20	14.81	/	/	/	/	/	/	22	8,56
رياضية	5	19,23	/	/	5	9.61	11	17,74	6	8,22	17	12.59	/	/	/	/	/	/	22	8,56
أدبية	/	/	5	19,23	5	9.61	3	4,84	10	13,70	13	9.62	2	5,56	4	11,76	6	8.57	25	9,73
علمية متخصصة	5	19,23	/	/	5	9.61	4	6,45	5	6,85	9	6.66	17	47,22	5	14,71	22	31.42	36	14,01
ثقافية متنوعة	10	38,46	12	46,15	22	42.30	20	32,26	27	36,99	47	34.81	2	5,56	10	29,41	12	17.14	81	31,52
المجموع	26	100	26	100	52	100	62	100	73	100	135	100	36	100	34	100	70	100	257	100

كا2 المحسوبة =273.44 **د=25**

كا2 الجدولية =37.65

الجدول 21: يبين مراجع المدونين في التدوين وفقا لمتغيري الجنس والمستوى التعليمي

الجنس والمستوى لتعليمي	ثانوي						جامعي						دراسات عليا							
	ذكور		إناث		المجموع	النسبة	ذكور		إناث		المجموع	النسبة	ذكور		إناث		المجموع	النسبة	المجموع	النسبة
مراجع التدوين	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%		
الكتب	1	4,17	1	4.17	2	4.16	4	5.71	5	7,94	9	6.76	7	12,50	7	20,00	14	15.38	25	9,19
محاضرات الأساتذة في التخصص	1	4,17	/	/	1	2.08	2	2,86	5	7,94	7	5.26	14	25,00	5	14,29	19	20.87	27	9,93
ثقافتك ومعارفك العامة	5	20,83	8	33,33	13	27.08	14	20,00	15	23,81	29	21.80	17	30,36	4	11,43	21	23.07	63	23,16
المقالات	1	4,17	1	4,17	2	4.16	5	7,14	10	15,87	15	11.27	6	10,71	4	11,43	10	10.98	27	9,93
وسائل الإعلام	2	8,33	/	/	2	4.16	15	21,43	3	4,76	18	13.53	1	1,79	2	5,71	3	3.29	23	8,46
مواقع الانترنت	12	50,00	10	41,67	22	45.83	23	32,86	15	23,81	38	28.57	5	8,93	8	22,86	13	14.28	73	26,84
مدونات أخرى	2	8,33	4	16,67	6	12.5	7	10,00	10	15,87	17	12.78	6	10,71	5	14,29	11	12.08	34	12,50
المجموع	24	100	24	100	48	100	70	100	63	100	133	100	56	100	35	100	91	100	272	100
كا2 المحسوبة =130.54			**د =24**				**كا2 الجدولية =36.41**													

الجدول22: يبين خدمة استضافة التدوين التي يستخدمها المدونون وفقا لمتغيري الجنس والمستوى التعليمي

الجنس والمستوى لتعليمي	ثانوي						جامعي						دراسات عليا						المجموع	النسبة
	ذكور		إناث		المجموع	النسبة	ذكور		إناث		المجموع	النسبة	ذكور		إناث		المجموع	النسبة		
خدمة الاستضافة	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%		
جيران	1	3,45	2	6.90	3	5.17	3	5.26	/	/	3	3.06	/	/	/	/	/	/	6	2,75
مكتوب	8	27,59	15	51,72	23	39.65	15	26,32	15	36,59	30	30.61	4	11,43	10	37,04	14	22.58	67	30,73
مجالسنا	/	/	1	3,45	1	1.72	1	1,75	/	/	1	1.02	1	2,86	1	3,70	2	3.22	4	1,83
تدوين	6	20,69	1	3,45	7	12.06	5	8,77	1	2,44	6	6.12	1	2,86	2	7,41	3	4.83	16	7,34
مدونتي	2	6,90	1	3,45	3	5.17	3	5,26	6	14,63	9	9.18	1	2,86	1	3,70	2	3.22	14	6,42
Blog dz	1	3,45	2	6,90	3	5.17	8	14,04	6	14,63	14	14.28	9	25,71	3	11,11	12	19.35	29	13,30
blogger	4	13,79	2	6,90	6	10.34	15	26,32	3	7,32	18	18.36	11	31,43	5	18,52	16	25.80	40	18,35
Word press	7	24,14	5	17,24	12	20.68	7	12,28	10	24,39	17	17.34	7	20,00	6	22,22	13	20.96	42	19,27
المجموع	29	100	29	100	58	100	57	100	41	100	98	100	35	100	27	100	62	100	218	100
كا2 المحسوبة =40.68							**د=25**													

كا2 الجدولية =37.65

الجدول 23: يبين اللغة التي يستخدمها المدونون في التدوين وفقا لمتغيري الجنس والمستوى التعليمي

الجنس والمستوى لتعليمي	ثانوي						جامعي						دراسات عليا						المجموع	النسبة
	ذكور		إناث		المجموع	النسبة	ذكور		إناث		المجموع	النسبة	ذكور		إناث		المجموع	النسبة		
اللغة	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%		
لغة عربية	15	62,50	20	76.92	35	70	23	41.81	18	35,29	41	38.67	15	34,88	12	42,86	27	38.02	103	45,37
لغة فرنسية	8	33,33	6	23,08	14	28	20	36,36	25	49,02	45	42.45	21	48,84	13	46,43	34	47.88	93	40,97
لغة انجليزية	1	4,17	/	/	1	2	12	21,82	8	15,69	20	18.86	7	16,28	3	10,71	10	14.08	31	13,66
المجموع	24	100	26	100	50	100	55	100	51	100	106	100	43	100	28	100	71	100	227	100

كا2 المحسوبة =44.54 **كا2 الجدولية = 18.30** **د=10**

الجدول 24 : يبين درجة قراءة المدونين لمدونات غيرهم وفقا لمتغيري الجنس والمستوى التعليمي

الجنس والمستوى لتعليمي	ثانوي						جامعي						دراسات عليا						المجموع	النسبة
	ذكور		إناث		المجموع	النسبة	ذكور		إناث		المجموع	النسبة	ذكور		إناث		المجموع	النسبة		
درجة القراءة	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%		%	ت	%		%	ت	%	ت	%		
دائما	/	/	1	4.76	1	2.27	8	16.67	7	18,42	15	17.44	7	24,14	5	21,74	12	23.07	28	15,38
غالبا	2	8,70	6	28,57	8	18.18	8	16,67	9	23,68	17	19.76	14	48,28	9	39,13	23	44.23	48	26,37
أحيانا	12	52,17	10	47,62	22	50	25	52,08	18	47,37	43	50	5	17,24	7	30,43	12	23.07	77	42,31
نادرا	3	13,04	1	4,76	4	8.33	/	/	/	/	/	/	2	6,90	2	8,70	4	7.69	8	4,40
أبدا	6	26,09	3	14,29	9	20.45	7	14,58	4	10,53	11	12.79	1	3,45	/		1	1.92	21	11,54
المجموع	23	100	21	100	44	100	48	100	38	100	86	100	29	100	23	100	52	100	182	100

كا2 المحسوبة =48.720 **د=20**

كا2 الجدولية = 31.41

الجدول 25: يبين العناصر التي يستخدمها المدونون أكثر في التدوين وفقا لمتغيري الجنس والمستوى التعليمي

الجنس والمستوى لتعليمي / العناصر	ثانوي				المجموع	النسبة	جامعي				المجموع	النسبة	دراسات عليا				المجموع	النسبة	المجموع	النسبة
	ذكور		إناث				ذكور		إناث				ذكور		إناث					
	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%		
نصوص	13	54,17	16	64	29	59.18	28	49,12	20	50	48	49.48	25	86,21	23	88,46	48	87.27	125	62,19
مقاطع فيديو	6	25	8	32	14	28.57	26	45,61	18	45	44	45.36	2	6,90	2	7,69	4	7.27	62	30,85
مقاطع صوتية	5	20,83	1	4	6	12.24	3	5,26	2	5	5	5.15	2	6,90	1	3,85	3	5.45	14	6,97
المجموع	24	100	25	100	49	100	57	100	40	100	97	100	29	100	26	100	55	100	201	100

كا2 المحسوبة =12.8 **د=10**

كا2 الجدولية =18.30

الجدول 26: يبين الاسم الذي يستخدمه المدونون في التدوين وفقا لمتغيري الجنس والمستوى التعليمي

الجنس والمستوى لتعليمي	ثانوي						جامعي						دراسات عليا						المجموع	النسبة
نوع الاسم	ذكور		إناث		المجموع	النسبة	ذكور		إناث		المجموع	النسبة	ذكور		إناث		المجموع	النسبة		
	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%		
اسم حقيقي	11	47,83	4	19.04	15	34.09	26	54.16	8	21,05	34	39.53	11	37,93	8	34,78	19	36.53	68	37,36
اسم مستعار	12	52,17	17	80,95	29	65.90	22	45,83	30	78,95	52	60.46	18	62,07	15	65,22	33	63.46	114	62,64
المجموع	23	100	21	100	44	100	48	100	38	100	86	100	29	100	23	100	52	100	182	100

كا2 المحسوبة=14.23 **د=5**

كا2 الجدولية =11.07

الجدول 27:يبين أسباب استخدام المدونين للاسم الحقيقي في التدوين وفقا لمتغيري الجنس والمستوى التعليمي

الجنس والمستوى لتعليمي	ثانوي						جامعي						دراسات عليا						المجموع	النسبة
أسباب استخدام الاسم الحقيقي	ذكور		إناث		المجموع	النسبة	ذكور		إناث		المجموع	النسبة	ذكور		إناث		المجموع	النسبة		
	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%		
تشعر بالسعادة لظهور اسمك	6	54,55	2	50	8	53.33	2	7.14	/	/	2	6.25	4	36,36	/	/	4	21.05	14	21,21
مقتنع بما تكتب	3	27,27	1	25	4	26.66	20	71,43	3	75	23	71.87	4	36,36	6	75	10	52.63	37	56,06
الشهرة	1	9,09	1	25	2	13.33	4	14,29	/	/	4	12.5	/		/	/	/	/	6	9,09
لا تخاف أن يضايقك أحد	1	9,09	/	/	1	6.66	2	7,14	1	25	3	9.37	3	27,27	2	25	5	26.31	9	13,64
المجموع	11	100	4	100	15	100	28	100	4	100	32	100	11	100	8	100	19	100	66	100

كا2 المحسوبة =26.74 **د=15**

كا2 الجدولية =24.99

الجدول 28: يبين أسباب استخدام المدونين للاسم المستعار وفقا لمتغيري الجنس والمستوى التعليمي

الجنس والمستوى لتعليمي	ثانوي						جامعي						دراسات عليا							
الأسباب	ذكور		إناث		المجموع	النسبة	ذكور		إناث		المجموع	النسبة	ذكور		إناث		المجموع	النسبة	المجموع	النسبة
	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%		
لا تريد أن يصنفك أحد في اتجاه معين	/	/	2	11.76	2	6.89	8	24.24	3	10	11	17.46	7	36,84	6	33,33	13	35.13	26	20,16
تريد أن تكتب بدون أي قيد	6	50	10	58,82	16	55.17	15	45,45	14	46,67	29	46.03	2	10,53	11	61,11	13	35.13	58	44,96
لا تريد أن يتعرف عليك أحد	6	50	5	29,41	11	37.93	10	30,3	13	43,33	23	36.50	10	52,63	1	5,56	11	29.72	45	34,88

المجموع	12	100	17	100	29	100	33	100	30	100	63	100	19	100	18	100	37	100	129	100

كا2 المحسوبة =49.35 **د=10**

كا2 المحسوبة =18.30

الجدول 29 : يبين استخدام أو عدم استخدام المدونين للروابط في مدوناتهم وفقا لمتغيري الجنس والمستوى التعليمي

الجنس والمستوى لتعليمي استخدام أو عدم استخدام	ثانوي						جامعي						دراسات عليا						المجموع	النسبة
	ذكور		إناث		المجموع	النسبة	ذكور		إناث		المجموع	النسبة	ذكور		إناث		المجموع	النسبة		
	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%		
نعم	12	52,17	15	71,43	27	61.36	35	72,92	9	23,68	44	51.16	20	68,97	15	65,22	35	67.30	106	58,24
لا	11	47,83	6	28,57	17	38.36	13	27,08	29	76,32	42	48.83	9	31,03	8	34,78	17	32.69	76	41,76
المجموع	23	100	21	100	44	100	48	100	38	100	86	100	29	100	23	100	52	100	182	100

كا2 المحسوبة =25.8 **د=5**

كا2 الجدولية = 11.07

الجدول 30:يبين الروابط التي تحيل إليها المدونات وفقا لمتغيري الجنس والمستوى التعليمي

الجنس والمستوى لتعليمي	ثانوي						جامعي						دراسات عليا							
الروابط	ذكور		إناث		المجموع	النسبة	ذكور		إناث		المجموع	النسبة	ذكور		إناث		المجموع	النسبة	المجموع	النسبة
	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%		
مدونات أخرى	5	21,74	10	66.66	15	39.74	15	31.25	10	35,71	25	32.89	10	34,48	6	33,33	16	34.04	56	34,78

مواقع ومحركات بحث	10	43,48	5	33,33	15	39.74	26	54,17	16	57,14	42	55.26	15	51,72	9	50,00	24	51.06	81	50,31
وسائل إعلام	8	34,78	/	/	8	21.05	7	14,58	2	7,14	9	11.48	4	13,79	3	16,67	7	14.89	24	14,91
المجموع	23	100	15	100	38	100	48	100	28	100	76	100	29	100	18	100	47	100	161	100

كا2 المحسوبة = 42 **د=10**

كا2 الجدولية =18.30

الجدول 31: يبين الخدمات التي يستخدمها المدونون في مدوناتهم وفقا لمتغيري الجنس والمستوى التعليمي

الجنس والمستوى لتعليمي / الخدمات	ثانوي						جامعي						دراسات عليا						المجموع	النسبة
	ذكور		إناث		المجموع	النسبة	ذكور		إناث		المجموع	النسبة	ذكور		إناث		المجموع	النسبة		
	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%		
خدمة خلاصة المدونات	8	22,86	4	14.28	12	19.04	10	16.66	8	15,38	18	16.07	5	9,43	6	17,65	11	12.64	41	15,65

خدمة التعقيب	8	22,86	6	21,43	14	22.22	14	23,33	12	23,08	26	23.21	17	32,08	5	14,71	22	19.64	62	23,66
عداد عرض الزائرين للمدونة	3	8,57	7	25,00	10	15.87	16	26,67	15	28,85	31	27.67	12	22,64	10	29,41	22	19.64	63	24,05
محرك للبحث عن الموضوعات في أرشيف المدونة	8	22,86	10	35,71	18	28.57	12	20	15	28,85	27	24.10	10	18,87	12	35,29	22	19.64	67	25,57
استطلاع التصويت	8	22,86	1	3,57	9	14.28	8	13,33	2	3,85	10	8.92	9	16,98	1	2,94	10	11.49	29	11,07
المجموع	35	100	28	100	63	100	60	100	52	100	112	100	53	100	34	100	87	100	262	100

كا2 المحسوبة =36.86 **د=20**

كا2 الجدولية =31.41

الجدول 32:يبين سماح أو عدم سماح المدونين للتعليق على مدوناتهم وفقا لمتغيري الجنس والمستوى التعليمي

الجنس والمستوى لتعليمي	ثانوي						جامعي						دراسات عليا						المجموع	النسبة
	ذكور		إناث		المجموع	النسبة	ذكور		إناث		المجموع	النسبة	ذكور		إناث		المجموع	النسبة		
السماح أو عدم السماح بالتعليق	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%		

نعم	12	52,17	15	71.42	27	61.36	46	95.83	30	78,95	76	88.37	29	100	20	86,96	49	94.23	152	83,52
لا	11	47,83	6	28,57	17	38.63	2	4,167	8	21,05	10	11.62	/	/	3	13,04	3	5.76	30	16,48
المجموع	23	100	21	100	44	100	48	100	38	100	86	100	29	100	23	100	52	100	182	100

كا2 المحسوبة=10.51 **د=5**

كا2 الجدولية=11.07

الجدول33: حالات رد المدونين على التعاليق على مدوناتهم وفقا لمتغيري الجنس والمستوى التعليمي

الجنس والمستوى لتعليمي	ثانوي						جامعي						دراسات عليا						المجموع	النسبة
حالات الرد	ذكور		إناث				ذكور		إناث				ذكور		إناث					
على التعليق	ت	%	ت	%			ت	%	ت	%			ت	%	ت	%				
حسب الظروف	6	50	7	46,67	13	48.14	24	52,17	10	33,33	34	44.73	9	31,03	10	50	19	38.77	66	43,42

حسب أهمية التعليق	5	41,67	5	33,33	10	37.03	20	43,48	15	50	35	46.05	20	68,97	8	40	28	57.14	73	48,03
لا ترد	1	8,33	3	20,00	4	14.81	2	4,35	5	16,67	7	9.21	/	0,00	2	10	2	4.08	13	8,55
المجموع	12	100	15	100	27	100	46	100	30	100	76	100	29	100	20	100	49	100	152	100

كا2المحسوبة =18.52 **د=10**

كا2 الجدولية =18.30

الجدول 34:يبين دوافع تدوين المدونين وفقا لمتغير الجنس

	ذكور						إناث					
	الرتبة	التكرار	المعامل	التكرار المعدل	المجموع	الرتبة	الرتبة	التكرار	المعامل	التكرار المعدل	المجموع	الرتبة
سياسية	01	5	06	30	**297**	**05**	01	04	06	24	**160**	**06**
	02	12	05	60			02	05	05	25		
	03	20	04	80			03	03	04	12		
	04	25	03	75			04	08	03	24		

		26	02	13	05			28	02	14	05	
		49	01	49	06			24	01	24	06	
03	**306**	24	06	04	01	**03**	**380**	60	06	10	01	معرفية
		140	05	28	02			80	05	16	02	
		51	04	17	03			80	04	20	03	
		52	03	13	04			57	03	19	04	
		38	02	19	05			78	02	39	05	
		01	01	1	06			25	01	25	06	
04	**296**	138	06	23	01	**04**	**377**	168	06	28	01	نفسية
		35	05	07	02			50	05	10	02	
		56	04	14	03			76	04	19	03	
		30	03	10	04			36	03	12	04	
		18	02	09	05			32	02	16	05	
		19	01	19	06			15	01	15	06	
01	**382**	210	06	10	01	**02**	**427**	180	06	30	01	اجتماعية
		65	05	24	02			100	05	20	02	
		60	04	12	03			60	04	15	03	
		33	03	19	04			24	03	8	04	
		12	02	15	05			58	02	22	05	
		02	01	02	06			05	01	5	06	
05	**268**	42	06	07	01	**06**	**287**	90	06	15	01	اعلامية
		90	05	18	02			130	05	26	02	
		20	04	05	03			40	04	10	03	
		63	03	21	04			90	03	30	04	

	05	08	02	16			05	22	02	44		
	06	11	01	11			06	09	01	09		
ترفيهية	01	49	06	564	**868**	**01**	01	10	06	60	**317**	**02**
	02	23	05	115			02	24	05	120		
	03	12	04	48			03	12	04	48		
	04	03	03	12			04	19	03	57		
	05	06	02	12			05	15	02	30		
	06	07	01	07			06	02	01	02		

الجدول 35:يبين دوافع المدونين للتدوين وفقا لمتغير المستوى التعليمي

	ثانوي						جامعي						دراسات عليا					
	الرتبة	التكرار	المعامل	التكرار المعدل	المجموع	الرتبة	الرتبة	التكرار	المعامل	التكرار المعدل	المجموع	الرتبة	الرتبة	التكرار	المعامل	التكرار المعدل	المجموع	الرتبة
سياسية	01	03	06	18	**86**	**06**	01	10	06	60	**231**	**06**	01	10	06	60	**192**	**04**

		45	05	09	02			40	05	08	02			10	05	02	02	
		48	04	12	03			56	04	14	03			12	04	04	03	
		24	03	08	04			51	03	17	04			27	03	09	04	
		4	02	02	05			24	02	12	05			22	02	11	05	
		11	01	11	06			25	01	25	06			15	01	15	06	
01	**211**	90	06	15	01	**03**	**330**	108	06	18	01	**04**	**163**	30	06	05	01	معرفية
		50	05	10	02			100	05	20	02			45	05	09	02	
		28	04	07	03			44	04	11	03			32	04	08	03	
		27	03	09	04			42	03	14	04			45	03	15	04	
		10	02	05	05			26	02	13	05			08	02	04	05	
		06	01	06	06			10	01	10	06			03	01	35	06	
06	**154**	48	06	08	01	**05**	**254**	48	06	08	01	**03**	**176**	54	06	09	01	نفسية
		20	05	04	02			50	05	10	02			40	05	08	02	
		45	04	15	03			24	04	06	03			48	04	12	03	
		21	03	07	04			60	03	20	04			18	03	06	04	
		04	02	02	05			60	02	30	05			14	02	07	05	
		16	01	16	06			12	01	12	06			02	01	02	06	
02	**204**	84	06	14	01	**02**	**332**	78	06	13	01	**02**	**182**	78	06	13	01	اجتماعية
		35	05	07	02			95	05	19	02			50	05	10	02	
		40	04	10	03			68	04	17	03			28	04	07	03	
		18	03	06	04			36	03	12	04			09	03	03	04	
		24	02	12	05			45	02	09	05			12	02	06	05	
		03	01	03	06			16	01	16	06			05	01	05	06	
03	**196**	78	06	13	01	**04**	**327**	120	06	20	01	**05**	**109**	12	06	02	01	اعلامية
		40	05	08	02			80	05	16	02			20	05	04	02	
		20	04	05	03			48	04	12	03			20	04	05	03	
		36	03	12	04			42	03	14	04			21	03	07	04	
		18	02	09	05			26	02	13	05			20	02	10	05	
		04	01	04	06			11	01	11	06			16	01	16	06	
05	**184**	42	06	07	01	**01**	**337**	96	06	16	01	**01**	**185**	72	06	12	01	ترفيهية
		55	05	11	02			90	05	18	02			55	05	11	02	

	03	08	04	32			03	20	04	80			03	13	04	52		
	04	09	03	18			04	14	03	42			04	02	03	06		
	05	4	02	08			05	10	02	20			05	10	02	20		
	06	/	01	/			06	08	01	08			06	09	01	09		

الجدول 36 : يبين الأغراض السياسية للتدوين وفقا لمتغيري الجنس والمستوى التعليمي

الجنس والمستوى لتعليمي	ثانوي			جامعي			دراسات عليا			المجموع	النسبة

الجنس والمستوى لتعليمي	ثانوي						جامعي						دراسات عليا						المجموع	النسبة
	ذكور		إناث		المجموع	النسبة	ذكور		إناث		المجموع	النسبة	ذكور		إناث		المجموع	النسبة		
	ت	%	ت	%			ت	%	ت	%			ت	%	ت	%				
التعبير عن الآراء والمواقف السياسية	12	50	13	56.52	25	53.19	28	44.44	25	59.52	53	50.47	5	11.90	6	20.69	11	15.49	89	41.78
نقد الأوضاع [illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]
تقديم معلومات [illegible] وسائل الإعلام	5	20,83	1	4,35	[illegible]	[illegible]	4	6,35	2	4,76	[illegible]	[illegible]	10	23,81	10	34,48	[illegible]	[illegible]	32	15,02
التعليق على مختلف الأحداث السياسية	5	20,83	4	17,39	9	19.14	15	23,81	2	4,76	17	16.19	8	19,05	6	20,69	14	19.71	40	18,78
تقديم تحليلات سياسية	/	/	1	4,35	1	2.12	4	6,35	1	2,38	5	4.76	4	9,52	2	6,90	6	8.45	12	5,63
المجموع	24	100	23	100	47	100	63	100	42	100	105	100	42	100	29	100	71	100	213	100

كا2 المحسوبة =95.09 **د= 20**

كا2 الجدولية =31.41

الجدول37 : يبين الأغراض المعرفية للتدوين وفقا لمتغيري الجنس والمستوى التعليمي

الأغراض المعرفية	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%		
تقديم معلومات للغير	4	9,09	2	4.76	6	6.97	12	16.90	10	16,95	22	16.92	17	28,81	15	31,91	32	30.18	60	18,63
نشر إبداعاتك	14	31,82	15	35,71	29	33.72	18	25,35	16	27,12	34	26.15	4	6,78	6	12,77	10	9.43	73	22,67
تطوير مهاراتك	16	36,36	6	14,29	22	25.58	25	35,21	15	25,42	40	30.76	13	22,03	7	14,89	20	18.86	82	25,47
مشاركة غيرك في مختلف المعارف	10	22,73	18	42,86	28	32.55	10	14,08	16	27,12	26	20	10	16,95	9	19,15	19	17.92	73	22,67
نشر البحوث والدراسات	/	/	1	2,38	1	1.16	6	8,45	2	3,39	8	6.15	15	25,42	10	21,28	25	23.58	34	10,56
المجموع	44	100	42	100	86	100	71	100	59	100	130	100	59	100	47	100	106	100	322	100

كا2 المحسوبة =77.84 **د=20**

كا2 الجدولية =31.41

الجدول 38: يبين الأغراض النفسية للتدوين وفقا لمتغيري الجنس والمستوى التعليمي

الجنس والمستوى لتعليمي الأغراض النفسية	ثانوي						جامعي						دراسات عليا						المجموع	النسبة
	ذكور		إناث				ذكور		إناث				ذكور		إناث					
	ت	%	ت	%	المجموع	النسبة	ت	%	ت	%	المجموع	النسبة	ت	%	ت	%	المجموع	النسبة		

ملأ الفراغ	2	7,69	10	32,26	12	21.05	26	36,11	24	39,34	50	37.59	14	46,67	14	56	28	50.90	90	36,73
التخلص من الروتين	12	46,15	5	16,13	17	29.82	15	20,83	10	16,39	25	18.79	10	33,33	8	32	18	32.72	60	24,49
التخلص من الشعور بالوحدة	6	23,08	8	25,81	14	24.56	11	15,28	12	19,67	23	17.29	4	13,33	2	8	6	10.90	43	17,55
التعبير عن حالات نفسية تمر بها	6	23,08	8	25,81	14	24.56	20	27,78	15	24,59	35	26.31	2	6,67	1	4	3	5.45	52	21,22
المجموع	26	100	31	100	57	100	72	100	61	100	133	100	30	100	25	100	55	100	245	100

كا2 المحسوبة:139.24 **د= 15**

كا2 الجدولية =24.99

الجدول 39: يبين الأغراض الاجتماعية للتدوين وفقا لمتغيري الجنس والمستوى التعليمي

الجنس والمستوى لتعليمي	ثانوي				جامعي				دراسات عليا				المجموع	النسبة
	ذكور	إناث			ذكور	إناث			ذكور	إناث				

الأغراض الاجتماعية	ت	%	ت	%	المجموع	النسبة	ت	%	ت	%	المجموع	النسبة	ت	%	ت	%	المجموع	النسبة		
الشهرة	1	2,44	3	6,98	4	4.76	5	7,81	4	7,55	9	7.69	/	/	1	2,33	1	1.12	14	4,83
التواصل مع الغير	6	14,63	8	18,60	14	16.66	15	23,44	12	22,64	27	23.07	12	26,09	7	16,28	19	21.34	60	20,69
خلق صداقات جديدة	16	39,02	11	25,58	27	32.14	13	20,31	11	20,75	24	20.51	6	13,04	8	18,60	14	15.73	65	22,41
نقد الظواهر الاجتماعية	4	9,76	2	4,65	6	7.14	14	21,88	13	24,53	27	20.51	8	17,39	9	20,93	17	19.10	50	17,24
خلق علاقات اجتماعية افتراضية	2	4,88	5	11,63	7	8.33	10	15,63	10	18,87	20	17.09	8	17,39	6	13,95	14	15.73	41	14,14
التعاون مع الغير	4	9,76	1	2,33	5	5.95	3	4,69	2	3,77	5	4.27	6	13,04	2	4,65	8	8.98	18	6,21
التعبير عن الممنوعات الاجتماعية	8	19,51	13	30,23	21	25	4	6,25	1	1,89	5	4.27	6	13,04	10	23,26	16	17.97	42	14,48
المجموع	41	100	43	100	84	100	64	100	53	100	117	100	46	100	43	100	89	100	290	100

كا2 المحسوبة =33.12 **د=24**

كا2 الجدولية =36.41

الجدول 40 : يبين الأغراض الإعلامية للتدوين وفقا لمتغيري الجنس والمستوى التعليمي

الجنس والمستوى التعليمي / الأغراض الإعلامية	ثانوي						جامعي						دراسات عليا						المجموع	النسبة
	ذكور		إناث				ذكور		إناث				ذكور		إناث					
	ت	%	ت	%	المجموع	النسبة	ت	%	ت	%	المجموع	النسبة	ت	%	ت	%	المجموع	النسبة		
تعتبر مدونتك نوعا من الصحافة	12	46,15	15	65,22	27	55.10	20	27,78	15	34,09	35	30.17	15	35,71	16	50	31	41.89	93	38,91
تغطية الأخبار	/	/	1	4,35	1	2.04	03	4,17	4	9,09	7	6.03	5	11,90	/	/	5	6.75	13	5,44
تحليل مختلف القضايا الإعلامية	6	23,08	1	4,35	7	14.28	15	20,83	8	18,18	23	19.82	8	19,05	/	/	8	10.81	38	15,90
نشر المقالات	8	30,77	6	26,09	14	28.57	28	38,89	16	36,36	44	37.93	8	19,05	16	50	24	32.43	82	34,31
إجراء حوارات مع شخصيات	/	/	/	/	/	/	6	8,33	1	2,27	7	6.03	6	14,29	/	/	6	8.10	13	5,44
المجموع	26	100	23	100	49	100	72	100	44	100	116	100	42	100	32	100	74	100	239	100

كا2 المحسوبة :45.27 **د=20**

كا2 الجدولية =31.41

الجدول 41 : يبين الأغراض الترفيهية للتدوين وفقا لمتغيري الجنس والمستوى التعليمي

الجنس والمستوى لتعليمي / الأغراض	ثانوي					جامعي					دراسات عليا					المجموع	النسبة
	ذكور	إناث				ذكور	إناث				ذكور	إناث					

الترفيهية	ت	%	ت	%	المجموع	النسبة	ت	%	ت	%	المجموع	النسبة	ت	%	ت	%	المجموع	النسبة		
تمضية الوقت	2	6,25	8	26,67	10	16.12	20	29,41	15	27,27	35	28.45	11	37,93	11	47,83	22	42.30	67	28,27
تبادل مقاطع الفيديو والموسيقى	8	25	5	16,67	13	20.96	14	20,59	12	21,82	26	21.13	2	6,90	/		2	3.84	41	17,30
التسلية	6	18,75	1	3,33	7	11.29	8	11,76	8	14,55	16	13	3	10,34	6	26,09	9	17.30	32	13,50
كتابة يومياتك	4	12,5	6	20,00	10	16.12	9	13,24	12	21,82	21	17.07	7	24,14	/		7	13.46	38	16,03
تبادل الرسائل	12	37,5	10	33,33	22	35.48	17	25	8	14,55	25	20.32	6	20,69	6	26,09	12	23.07	59	24,89
المجموع	32	100	30	100	62	100	68	100	55	100	123	100	29	100	23	100	52	100	474	100

كا2 المحسوبة :46.32 **د=20**

كا2 الجدولية :31.41

الجدول 42 : يبين نية المدون اتجاه التدوين وفقا لمتغيري الجنس والمستوى التعليمي

الجنس والمستوى	ثانوي						جامعي						دراسات عليا						المجموع	النسبة

التعليمي	ذكور		إناث				ذكور		إناث				ذكور		إناث					
النية في التدوين	ت	%	ت	%	المجموع	النسبة	ت	%	ت	%	المجموع	النسبة	ت	%	ت	%	المجموع	النسبة		
أن تزيد من التدوين	10	43,48	5	23,81	15	34.09	21	43,75	20	52,63	41	47.67	20	68,97	19	82,61	39	75	95	52,20
أن تنقص من التدوين	/	/	1	4,76	1	2.27	7	14,58	5	13,16	12	13.95	/	/	1	4,35	1	1.92	14	7,69
أن تبقى على نفس الدرجة من التدوين	13	56,52	15	71,43	28	63.63	16	33,33	11	28,95	27	31.39	9	31,03	2	8,70	11	21.15	66	36,26
أن تكف عن التدوين	/	/	/	/	/	/	4	8,33	2	5,26	6	6.97	/	/	1	4,35	1	1.92	7	3,85
المجموع	23	100	21	100	44	100	48	100	38	100	86	100	29	100	23	100	52	100	182	100

كا2 المحسوبة =39.58 **د=15**

كا2 الجدولية :24.99

الجدول43 :يبين مدة استخدام قراء المدونات للانترنت

الجنس والمستوى لتعليمي / المدة	ثانوي						جامعي						دراسات عليا						المجموع الكلي	النسبة الكلية
	ذكور		إناث		المجموع	النسبة	ذكور		إناث		المجموع	النسبة	ذكور		إناث		المجموع	النسبة		
	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%		
أقل من سنة	1	2,94	3	10,71	4	6,45	4	10,53	4	11,11	8	10,8	/	/	2	7,14	2	3,33	14	7,14
من سنة إلى خمس سنوات	9	26,47	6	21,43	15	24,19	9	23,68	5	13,89	14	18,9	8	25	5	17,86	13	21,67	42	21,43
من 5سنوات إلى 10سنوات	14	41,18	9	32,14	23	37,10	15	39,47	15	41,67	30	40,5	10	31,3	9	32,14	19	31,67	72	36,73
من 10سنوات فأكثر	10	29,41	10	35,71	20	32,26	10	26,32	12	33,33	22	29,7	14	43,8	12	42,86	26	43,33	68	34,69
المجموع	34	100	28	100	62	100	38	100	36	100	74	100	32	100	28	100	60	100	196	100

كا2 المحسوبة =29.63 **د=15**

كا2 الجدولية =24.99

الجدول 44 : يبين دوافع استخدام قراء المدونات للانترنت وفقا لمتغيري الجنس والمستوى التعليمي

الجنس والمستوى لتعليمي / الدوافع	ثانوي						جامعي						دراسات عليا						المجموع الكلي	النسبة الكلية
	ذكور		إناث		المجموع	النسبة	ذكور		إناث		المجموع	النسبة	ذكور		إناث		المجموع	النسبة		
	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%		
معرفة الأخبار المحلية والدولية	9	13,85	11	19,30	20	16,39	15	23,44	11	18,64	26	21,14	12	22,22	9	18,75	21	20,59	67	19,31
اكتساب معارف ومهارات جديدة	15	23,08	10	17,54	25	20,49	11	17,19	14	23,73	25	20,33	10	18,52	10	20,83	20	19,61	70	20,17
انجاز البحوث	4	6,15	3	5,26	7	5,74	12	18,75	10	16,95	22	17,89	14	25,93	12	25,00	26	25,49	55	15,85
البحث عن فرص عمل	12	18,46	6	10,53	18	14,75	7	10,94	5	8,47	12	9,76	8	14,81	8	16,67	16	15,69	46	13,26
التعلم	6	9,23	5	8,77	11	9,02	6	9,38	6	10,17	12	9,76	6	11,11	4	8,33	10	9,80	33	9,51
إقامة صداقات	10	15,38	12	21,05	22	18,03	7	10,94	8	13,56	15	12,20	2	3,70	3	6,25	5	4,90	42	12,10
المتعة والترفيه	9	13,85	10	17,54	19	15,57	6	9,38	5	8,47	11	8,94	2	3,70	2	4,17	4	3,92	34	9,80
المجموع	65	100	57	100	122	100	64	100	59	100	123	100	54	100	48	100	102	100	347	100

كا2 المحسوبة =48.89 **د=24**

كا2 الجدولية =36.41

الجدول 45: يبين خدمات الانترنت التي يفضلها قراء المدونات وفقا لمتغيري الجنس والمستوى التعليمي

الجنس والمستوى لتعليمي / الخدمات	ثانوي						جامعي						دراسات عليا						المجموع	النسبة
	ذكور		إناث		المجموع	النسبة	ذكور		إناث		المجموع	النسبة	ذكور		إناث		المجموع	النسبة		
	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%		
نقل الملفات	13	26,53	8	21,62	21	24,42	14	23,73	12	25	26	24,3	15	25,86	13	25	28	25,45	75	24,75
الربط عن بعد	2	4,08	3	8,11	5	5,81	6	10,17	5	10,42	11	10,3	7	12,07	6	11,54	13	11,82	29	9,571
البريد الالكتروني	13	26,53	9	24,32	22	25,58	13	22,03	10	20,83	23	21,5	14	24,14	12	23,08	26	23,64	71	23,43
الدردشة	10	20,41	8	21,62	18	20,93	12	20,34	10	20,83	22	20,6	3	5,17	3	5,769	6	5,455	46	15,18
مجموعات الأخبار	6	12,24	5	13,51	11	12,79	8	13,56	6	12,5	14	13,1	13	22,41	12	23,08	25	22,73	50	16,5
خدمة الويب	5	10,20	4	10,81	9	10,47	6	10,17	5	10,42	11	10,3	6	10,34	6	11,54	12	10,91	32	10,56
المجموع	49	100	37	100	86	100	59	100	48	100	107	100	58	100	52	100	110	100	303	100

كا2 المحسوبة =39.67 د=25

كا2 الجدولية =37.65

الجدول 46 : يبين الوقت الذي يقضيه عادة قراء في استخدام الانترنت يوميا وفقا لمتغيري الجنس والمستوى التعليمي

الجنس والمستوى لتعليمي / الوقت	ثانوي						جامعي						دراسات عليا						المجموع	النسبة
	ذكور		إناث		المجموع	النسبة	ذكور		إناث		المجموع	النسبة	ذكور		إناث		المجموع	النسبة		
	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%		
ساعة	4	11,76	4	14,29	8	12,90	6	15,79	5	13,89	11	14,9	3	10,71	3	9,38	6	10	25	12,76
ساعتين	7	20,59	7	25,00	14	22,58	10	26,32	10	27,78	20	27	6	21,43	8	25,00	14	23,33	48	24,49
ثلاث ساعات	10	29,41	8	28,57	18	29,03	12	31,58	12	33,33	24	32,4	10	35,71	12	37,50	22	36,67	64	32,65
أربع ساعات	12	35,29	9	32,14	21	33,87	7	18,42	7	19,44	14	18,9	6	21,43	6	18,75	12	20	47	23,98
خمس ساعات فأكثر	1	2,94	/		1	1,61	3	7,89	2	5,556	5	6,76	3	10,71	3	9,38	6	10	12	6,12
المجموع	34	100	28	100	62	100	38	100	36	100	74	100	28	100	32	100	60	100	196	100

كا2 المحسوبة =42.77 د=20

كا2 الجدولية =31.41

الجدول 47 : يبين ملكية قراء المدونة للمدونات وفقا لمتغيري الجنس والمستوى التعليمي

الجنس والمستوى لتعليمي / نوع الاسم	ثانوي						جامعي						دراسات عليا						المجموع	النسبة
	ذكور		إناث		المجموع	النسبة	ذكور		إناث		المجموع	النسبة	ذكور		إناث		المجموع	النسبة		
	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%		
نعم	26	76,47	24	85,71	50	80,65	31	81,58	29	80,56	60	81,1	28	100	30	93,75	58	96,67	168	85,71
لا	8	23,53	4	14,29	12	19,35	7	18,42	7	19,44	14	18,9	/		2	6,25	2	3,333	28	14,29
المجموع	34	100	28	100	62	100	38	100	36	100	74	100	28	100	32	100	60	100	196	100

كا2 المحسوبة =10.08   د=05

كا2 الجدولية =11.07

الجدول 48 :يبين نوع المدونة التي يملكها قراء المدونات وفقا لمتغيري الجنس والمستوى التعليمي

الجنس / المستوى التعليمي / نوع المدونة	ثانوي						جامعي						دراسات عليا						المجموع	النسبة
	ذكور		إناث		المجموع	النسبة	ذكور		إناث		المجموع	النسبة	ذكور		إناث		المجموع	النسبة		
	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%		
اجتماعية	6	15	6	16,67	12	15,79	5	12,20	7	18,92	12	15,4	3	10,71	4	13,79	7	12,28	31	14,69
سياسية	2	5	/	/	2	2,63	4	9,76	1	2,70	5	6,41	5	17,86	1	3,45	6	10,53	13	6,16
اقتصادية	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/
فنية	5	12,5	6	16,67	11	14,47	3	7,32	3	8,11	6	7,69	/	/	/	/	/	/	17	8,06
رياضية	9	22,5	2	5,56	11	14,47	6	14,63	2	5,41	8	10,3	/	/	/	/	/	/	19	9,00
أدبية	10	25	12	33,33	22	28,95	8	19,51	12	32,43	20	25,6	2	7,14	1	3,45	3	5,26	45	21,33
علمية متخصصة	/	/	/	/	/	/	9	21,95	8	21,62	17	21,8	12	42,86	15	51,72	27	47,37	44	20,85
ثقافية متنوعة	8	20	10	27,78	18	23,68	6	14,63	4	10,81	10	12,8	6	21,43	8	27,59	14	24,56	42	19,91
المجموع	40	100	36	100	76	100	41	100	37	100	78	100	28	100	29	100	57	100	211	100

كا2 المحسوبة =271 د=25

كا2 الجدولية =37.65

الجدول 49 : يبين دوافع إنشاء قراء المدونات للمدونات وفقا لمتغيري الجنس والمستوى التعليمي

الجنس والمستوى لتعليمي / الدوافع	ثانوي						جامعي						دراسات عليا						المجموع	النسبة
	ذكور		إناث		المجموع	النسبة	ذكور		إناث		المجموع	النسبة	ذكور		إناث		المجموع	النسبة		
	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%		
نشر المقالات	10	21,74	6	15,79	16	19,05	10	21,74	8	21,05	18	21,4	7	17,95	10	21,74	17	20,00	51	20,16
التعبير عن آرائك	6	13,04	5	13,16	11	13,10	5	10,87	4	10,53	9	10,7	6	15,38	7	15,22	13	15,29	33	13,04
نشر إبداعاتك	10	21,74	9	23,68	19	22,62	6	13,04	7	18,42	13	15,5	5	12,82	6	13,04	11	12,94	43	17,00
تقديم معلومات للغير	5	10,87	6	15,79	11	13,10	8	17,39	5	13,16	13	15,5	2	5,13	2	4,348	4	4,71	28	11,07
مشاركة غيرك في مختلف المعارف	6	13,04	5	13,16	11	13,10	7	15,22	4	10,53	11	13,1	10	25,64	9	19,57	19	22,35	41	16,21
إقامة صداقات افتراضية	5	10,87	3	7,89	8	9,52	4	8,70	6	15,79	10	11,9	7	17,95	8	17,39	15	17,65	33	13,04
الترفيه	4	8,70	4	10,53	8	9,52	6	13,04	4	10,53	10	11,9	2	5,13	4	8,70	6	7,06	24	9,49
المجموع	46	100	38	100	84	100	46	100	38	100	84	100	39	100	46	100	85	100	253	100

كا2 المحسوبة =120.19 د=24

كا2 الجدولية =36.41

الجدول 50: يبين درجة قراءة قراء المدونات للمدونات وفقا لمتغيري الجنس والمستوى التعليمي

الجنس والمستوى التعليمي / درجة القراءة	ثانوي						جامعي						دراسات عليا						المجموع	النسبة
	ذكور		إناث		المجموع	النسبة	ذكور		إناث		المجموع	النسبة	ذكور		إناث		المجموع	النسبة		
	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%		
دائما	20	58,82	17	60,714	37	59,68	25	65,79	24	66,67	49	66,2	13	46,43	16	50	29	48,33	115	58,67
غالبا	10	29,41	10	35,714	20	32,26	6	15,79	5	13,89	11	14,9	8	28,57	10	31,25	18	30	46	23,47
أحيانا	4	11,76	1	3,5714	5	8,06	7	18,42	7	19,44	14	18,9	7	25,00	6	18,75	13	21,67	32	16,33
نادرا	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/
أبدا	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/
المجموع	34	100	28	100	62	100	38	100	36	100,00	74	100	28	100	32	100	60	100	196	100

كا2 المحسوبة =25.60 د=20

كا2 الجدولية =31.41

الجدول 51: يبين مدة قراءة المدونات وفقا لمتغيري الجنس والمستوى التعليمي

الجنس والمستوى التعليمي / مدة قراءة المدونات	ثانوي						جامعي						دراسات عليا						المجموع	النسبة
	ذكور		إناث		المجموع	النسبة	ذكور		إناث		المجموع	النسبة	ذكور		إناث		المجموع	النسبة		
	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%		
منذ أقل من سنة	20	58,82	16	57,14	36	58,06	25	65,79	20	55,56	45	60,8	12	42,86	12	37,50	24	40,00	105	53,57
من سنة إلى ثلاث سنوات	10	29,41	10	35,71	20	32,26	10	26,32	8	22,22	18	24,3	12	42,86	10	31,25	22	36,67	60	30,61
من ثلاث سنوات إلى خمس سنوات	4	11,76	2	7,14	6	9,68	3	7,89	8	22,22	11	14,9	2	7,14	7	21,88	9	15,00	26	13,27
خمس سنوات فأكثر	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	2	7,14	3	9,38	5	8,33	5	2,55
المجموع	34	100	28	100	62	100	38	100	36	100	74	100	28	100	32	100	60	100	196	100

كا2 المحسوبة =94.10   د=15

كا2 الجدولية =24.99

الجدول52: يبين حجم الوقت الذي يقضيه عادة قراء المدونات في التدوين وفقا لمتغيري الجنس والمستوى التعليمي

الجنس والمستوى تعليمي / حجم الوقت	ثانوي						جامعي						دراسات عليا						المجموع	النسبة
	ذكور		إناث		المجموع	النسبة	ذكور		إناث		المجموع	النسبة	ذكور		إناث		المجموع	النسبة		
	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%		
أقل من ساعة	7	20,59	8	28,57	15	24,19	15	39,47	14	38,89	29	39,2	12	42,86	15	46,88	27	45	71	36,22
من ساعة إلى ساعتين	12	35,29	10	35,71	22	35,48	10	26,32	10	27,78	20	27	11	39,29	12	37,5	23	38,33	65	33,16
من ساعتين إلى ثلاث ساعات	15	44,12	10	35,71	25	40,32	13	34,21	12	33,33	25	33,8	5	17,86	5	15,63	10	16,67	60	30,61
المجموع	34	100	28	100	62	100	38	100	36	100	74	100	28	100	32	100	60	100	196	100
كا2 المحسوبة =28.53 د=10 **كا2 الجدولية =18.30**																				

الجدول 53 :يبين الأيام التي يقرأ فيها قراء المدونات المدونات وفقا لمتغيري الجنس والمستوى التعليمي

الجنس والمستوى التعليمي / أيام القراءة	ثانوي						جامعي						دراسات عليا						المجموع	النسبة
	ذكور		إناث		المجموع	النسبة	ذكور		إناث		المجموع	النسبة	ذكور		إناث		المجموع	النسبة		
	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%		
الأحد	2	4,44	1	3,03	3	3,846	1	2,5	1	2,63	2	2,56	1	2,44	2	6,06	3	4,05	8	3,48
الاثنين	4	8,89	2	6,06	6	7,692	2	5	1	2,63	3	3,85	1	2,44	/		1	1,35	10	4,35
الثلاثاء	5	11,11	4	12,12	9	11,54	3	7,5	4	10,53	7	8,97	4	9,76	/		4	5,41	20	8,70
الأربعاء	2	4,44	1	3,03	3	3,846	1	2,5	2	5,26	3	3,85	/		1	3,03	1	1,35	7	3,04
الخميس	3	6,67	2	6,06	5	6,41	2	5	2	5,26	4	5,13	6	14,63	4	12,12	10	13,51	19	8,26
الجمعة	10	22,22	8	24,24	18	23,08	10	25	9	23,68	19	24,36	12	29,27	6	18,18	18	24,32	55	23,91
السبت	12	26,67	5	15,15	17	21,79	8	20	7	18,42	15	19,23	8	19,51	8	24,24	16	21,62	43	18,70
كل أيام الأسبوع	7	15,56	10	30,30	17	21,79	13	32,5	12	31,58	25	32,05	9	21,95	12	36,36	21	28,38	68	29,57
المجموع	45	100	33	100	78	100	40	100	38	100	78	100	41	100	33	100	74	100	230	100

كا2 المحسوبة =53.34 د=25

كا2 الجدولية =37.65

الجدول 54:يبين الفترات التي يفضل فيها قراء المدونات قراءة المدونات وفقا لمتغيري الجنس والمستوى التعليمي

الجنس والمستوى لتعليمي / فترات التدوين	ثانوي						جامعي						دراسات عليا						المجموع	النسبة
	ذكور		إناث		المجموع	النسبة	ذكور		إناث		المجموع	النسبة	ذكور		إناث		المجموع	النسبة		
	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%		
صباحا	4	10,53	3	10,00	7	10,29	2	4,88	2	5,41	4	5,13	3	9,68	3	8,33	6	8,96	17	7,98
زوالا	2	5,26	2	6,67	4	5,88	4	9,76	4	10,81	8	10,3	4	12,90	6	16,67	10	14,93	22	10,33
مساء	6	15,79	4	13,33	10	14,71	8	19,51	8	21,62	16	20,5	6	19,35	5	13,89	11	16,42	37	17,37
ليلا	18	47,37	16	53,33	34	50,00	17	41,46	16	43,24	33	42,3	12	38,71	14	38,89	26	38,81	93	43,66
بعد منتصف الليل	8	21,05	5	16,67	13	19,12	10	24,39	7	18,92	17	21,8	6	19,35	8	22,22	14	20,90	44	20,66
المجموع	38	100	30	100	68	100	41	100	37	100	78	100	31	100	36	100	67	100	213	100

كا2 المحسوبة = 62.1 د=20

كا2 الجدولية =31.41

الجدول55 : يبين الأماكن التي يفضلها قراء المدونات في القراءة وفقا لمتغيري الجنس والمستوى التعليمي

الجنس والمستوى لتعليمي	ثانوي						جامعي						دراسات عليا						المجموع	النسبة
	ذكور		إناث		المجموع	النسبة	ذكور		إناث		المجموع	النسبة	ذكور		إناث		المجموع	النسبة		
الأماكن	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%		
مقهى الانترنت	12	32,43	5	17,86	17	26,15	14	28,57	10	27,78	24	28,2	6	30	4	12,5	10	19,23	51	24,06
المنزل	16	43,24	20	71,43	36	55,38	17	34,69	20	55,56	37	43,5	10	50	14	43,75	24	46,15	97	45,75
العمل	4	10,81	1	3,57	5	7,69	6	12,24	2	5,556	8	9,41	6	30	8	25	14	26,92	27	12,74
أماكن الدراسة	5	13,51	2	7,14	7	10,77	12	24,49	4	11,11	16	18,8	8	40	6	18,75	14	26,92	37	17,45
المجموع	37	100	28	100	65	100	49	100	36	100	85	100	20	100	32	100	52	100	212	100

كا2 المحسوبة = 23.01 د=15

كا2 الجدولية =24.99

الجدول 56: يبين الوضعية التي يقرأ فيها قراء المدونات وفقا لمتغيري الجنس والمستوى التعليمي

الجنس والمستوى لتعليمي الوضعية	ثانوي						جامعي						دراسات عليا						المجموع	النسبة
	ذكور		إناث		المجموع	النسبة	ذكور		إناث		المجموع	النسبة	ذكور		إناث		المجموع	النسبة		
	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%		
بمفردك	25	67,57	28	90,32	53	77,94	29	70,73	28	70	57	70,4	20	71,43	25	78,13	45	75,00	155	74,16
مع أفراد العائلة	10	27,03	2	6,45	12	17,65	10	24,39	11	27,5	21	25,9	6	21,43	5	15,63	11	18,33	44	21,05
مع الأصدقاء	2	5,41	1	3,23	3	4,41	2	4,88	1	2,5	3	3,7	2	7,14	2	6,25	4	6,67	10	4,78
المجموع	37	100	31	100	68	100	41	100	40	100	81	100	28	100	32	100	60	100	209	100
كا2 المحسوبة = 7.8 د=10																				
كا2 الجدولية =18.30																				

الجدول 57: يبين خدمة استضافة التدوين التي يقرأ منها قراء المدونات وفقا لمتغيري الجنس والمستوى التعليمي

الجنس والمستوى لتعليمي / خدمة الاستضافة	ثانوي						جامعي						دراسات عليا						المجموع	النسبة
	ذكور		إناث		المجموع	النسبة	ذكور		إناث		المجموع	النسبة	ذكور		إناث		المجموع	النسبة		
	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%		
جيران	10	13,70	11	22,45	21	17,21	6	7,69	4	5,97	10	6,9	/		2	3,51	2	1,77	33	8,68
مكتوب	14	19,18	12	24,49	26	21,31	18	23,08	19	28,36	37	25,5	9	16,07	7	12,28	16	14,16	79	20,79
مجالسنا	6	8,22	4	8,16	10	8,20	5	6,41	4	5,97	9	6,21	2	3,57	3	5,26	5	4,42	24	6,32
تدوين	4	5,48	2	4,08	6	4,92	7	8,97	6	8,96	13	8,97	1	1,79	2	3,51	3	2,65	22	5,79
مدونتي	6	8,22	1	2,04	7	5,74	1	1,28	2	2,99	3	2,07	/		1	1,75	1	0,88	11	2,89
Blog dz	12	16,44	8	16,33	20	16,39	14	17,95	12	17,91	26	17,9	13	23,21	19	33,33	32	28,32	78	20,53
blogger	13	17,81	6	12,24	19	15,57	15	19,23	11	16,42	26	17,9	15	26,79	12	21,05	27	23,89	72	18,95
Word press	8	10,96	5	10,20	13	10,66	12	15,38	9	13,43	21	14,5	16	28,57	11	19,30	27	23,89	61	16,05
المجموع	73	100	49	100	122	100	78	100	67	100	145	100	56	100	57	100	113	100	380	100

كا2 المحسوبة = 167.17 د=25

كا2 الجدولية =37.65

الجدول 58:يبين نوعية المدونات التي يزورها قراء المدونات وفقا لمتغيري الجنس والمستوى التعليمي

الجنس والمستوى لتعليمي / نوع المدونة	ثانوي						جامعي						دراسات عليا						المجموع	النسبة
	ذكور		إناث		المجموع	النسبة	ذكور		إناث		المجموع	النسبة	ذكور		إناث		المجموع	النسبة		
	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%		
اجتماعية	8	14,04	6	15,38	14	14,58	9	16,36	8	16	17	16,19	7	14,29	8	16	15	15,15	46	15,33
سياسية	5	8,77	2	5,13	7	7,29	5	9,09	2	4	7	6,667	7	14,29	5	10	12	12,12	26	8,67
اقتصادية	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	0,00	/	
علمية	6	10,53	7	17,95	13	13,54	12	21,82	13	26	25	23,81	15	30,61	17	34	32	32,32	70	23,33
فنية	4	7,02	3	7,69	7	7,29	3	5,45	6	12	9	8,571	2	4,08	5	10	7	7,07	23	7,67
أدبية	3	5,26	8	20,51	11	11,46	8	14,55	11	22	19	18,1	5	10,20	5	10	10	10,10	40	13,33
رياضية	14	24,56	3	7,69	17	17,71	7	12,73	4	8	11	10,48	4	8,16	2	4	6	6,06	34	11,33
ثقافية متنوعة	17	29,82	10	25,64	27	28,13	11	20,00	6	12	17	16,19	9	18,37	8	16	17	17,17	61	20,33
المجموع	57	100	39	100	96	100		100	50	100	105	100	49	100	50	100	99	100	300	100

كا2 المحسوبة = 45.02 د=25

كا2 الجدولية =37.65

الجدول59: يبين عدد المدونات التي يقرأها القراء في الزيارة الواحدة وفقا لمتغيري الجنس والمستوى التعليمي

الجنس والمستوى لتعليمي / عدد المدونات	ثانوي						جامعي						دراسات عليا						المجموع	النسبة
	ذكور		إناث		المجموع	النسبة	ذكور		إناث		المجموع	النسبة	ذكور		إناث		المجموع	النسبة		
	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%		
مدونة واحدة	9	26,47	6	21,43	15	24,19	8	21,05	8	22,22	16	21,6	1	3,57	4	12,5	5	8,33	36	18,37
من مدونتين إلى ثلاث مدونات	15	44,12	8	28,57	23	37,10	20	52,63	18	50	38	51,4	7	25,00	12	37,5	19	31,67	80	40,82
أربع مدونات فأكثر	10	29,41	14	50,00	24	38,71	10	26,32	10	27,78	20	27	20	71,43	16	50	36	60,00	80	40,82
المجموع	34	100	28	100	62	100	38	100	36	100	74	100	28	100	32	100	60	100	196	100

كا2 المحسوبة = 91.66 **د=10**

كا2 الجدولية =18.30

الجدول 60: يبين المدونات التي يفضل القراء قراءتها وفقا لمتغيري الجنس والمستوى التعليمي

الجنس والمستوى لتعليمي المدونات	ثانوي						جامعي						دراسات عليا						المجموع	النسبة
	ذكور		إناث		المجموع	النسبة	ذكور		إناث		المجموع	النسبة	ذكور		إناث		المجموع	النسبة		
	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%		
المدونات الجزائرية	10	27,78	9	30	19	28,79	15	28,85	10	23,81	25	26,6	17	45,95	14	36,84	31	41,33	75	31,91
المدونات العربية	20	55,56	15	50	35	53,03	25	48,08	22	52,38	47	50	6	16,22	8	21,05	14	18,67	96	40,85
المدونات الأجنبية	6	16,67	6	20	12	18,18	12	23,08	10	23,81	22	23,4	14	37,84	16	42,11	30	40	64	27,23
المجموع	36	100	30	100	66	100	52	100	42	100	94	100	37	100	38	100	75	100	235	100

كا2 المحسوبة = **23.29** د=**10**

كا2 الجدولية =**18.30**

الجدول**61**: يبين أسباب قراءة المدونات الجزائرية وفقا لمتغيري الجنس والمستوى التعليمي

الجنس والمستوى لتعليمي / الأسباب	ثانوي						جامعي						دراسات عليا						المجموع	النسبة
	ذكور		إناث		المجموع	النسبة	ذكور		إناث		المجموع	النسبة	ذكور		إناث		المجموع	النسبة		
	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%		
تطرح مواضيع مهمة	8	34,78	3	12,50	11	23,40	2	6,45	5	22,73	7	13,21	5	14,29	4	12,90	9	13,64	27	16,27
مدونات احترافية	2	8,70	1	4,17	3	6,38	4	12,90	3	13,64	7	13,21	6	17,14	4	12,90	10	15,15	20	12,05
تقدم معلومات صادقة	1	4,35	3	12,50	4	8,51	4	12,90	1	4,55	5	9,43	3	8,57	4	12,90	7	10,61	16	9,639
تعالج قضايا تهمك	4	17,39	6	25,00	10	21,28	8	25,81	4	18,18	12	22,64	6	17,14	5	16,13	11	16,67	33	19,88
تقدم معلومات متخصصة	6	26,09	5	20,83	11	23,40	7	22,58	4	18,18	11	20,75	7	20,00	7	22,58	14	21,21	36	21,69
تهتم بكل المجالات الحيوية	2	8,70	6	25,00	8	17,02	6	19,35	5	22,73	11	20,75	8	22,86	7	22,58	15	22,73	34	20,48
المجموع	23	100	24	100	47	100	31	100	22	100	53	100	35	100	31	100	66	100	166	100
كا2 المحسوبة = 56.05 د=25 **كا2 الجدولية =37.65**																				

الجدول62: أسباب عدم قراءة المدونات الجزائرية وفقا لمتغيري الجنس والمستوى التعليمي

الجنس والمستوى لتعليمي / الأسباب	ثانوي						جامعي						دراسات عليا						المجموع	النسبة
	ذكور		إناث		المجموع	النسبة	ذكور		إناث		المجموع	النسبة	ذكور		إناث		المجموع	النسبة		
	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%		
تطرح مواضيع تافهة	5	13,51	4	11,11	9	12,33	9	17,65	7	18,92	16	18,18	3	14,29	6	24	9	19,57	34	16,43
ليست احترافية	8	21,62	7	19,44	15	20,55	8	15,69	6	16,22	14	15,91	2	9,52	4	16	6	13,04	75	36,23
تقدم معلومات خاطئة	6	16,22	6	16,67	12	16,44	7	13,73	5	13,51	12	13,64	4	19,05	3	12	7	15,22	31	14,98
لا تتعمق في طرح المواضيع	6	16,22	7	19,44	13	17,81	8	15,69	5	13,51	13	14,77	5	23,81	4	16	9	19,57	35	16,91
تعالج قضايا لا تهمك	4	10,81	6	16,67	10	13,70	9	17,65	6	16,22	15	17,05	3	14,29	4	16	7	15,22	32	15,46
مصادرها غير موثوقة	8	21,62	6	16,67	14	19,18	10	19,61	8	21,62	18	20,45	4	19,05	4	16	8	17,39	40	19,32
المجموع	37	100	36	100	73	100	51	100	37	100	88	100	21	100	25	100	46	100	207	100

كا2 المحسوبة = 48.87 **د=25**

كا2 الجدولية =37.65

الجدول 63: يبين المدونات التي يفضل القراء قراءتها من حيث اللغة وفقا لمتغيري الجنس والمستوى التعليمي

الجنس والمستوى التعليمي / اللغة	ثانوي						جامعي						دراسات عليا						المجموع	النسبة
	ذكور		إناث		المجموع	النسبة	ذكور		إناث		المجموع	النسبة	ذكور		إناث		المجموع	النسبة		
	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%		
لغة عربية	20	52,63	17	53,13	37	52,86	24	46,15	19	39,58	43	43	10	27,03	12	30	22	28,57	102	41,3
لغة فرنسية	14	36,84	10	31,25	24	34,29	20	38,46	19	39,58	39	39	18	48,65	20	50	38	49,35	101	40,89
لغة انجليزية	4	10,53	5	15,63	9	12,86	8	15,38	10	20,83	18	18	9	24,32	8	20	17	22,08	44	17,81
المجموع	38	100	32	100	70	100	52	100	48	100	100	100	37	100	40	100	77	100	247	100

كا2 المحسوبة = **25.51** د=**10**

كا2 الجدولية =**18.30**

الجدول 64 :يبين الملفات التي يحملها قراء المدونات من المدونات وفقا لمتغيري الجنس والمستوى التعليمي

الجنس والمستوى لتعليمي / الملفات	ثانوي						جامعي						دراسات عليا						المجموع	النسبة
	ذكور		إناث		المجموع	النسبة	ذكور		إناث		المجموع	النسبة	ذكور		إناث		المجموع	النسبة		
	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%		
أخبار	7	12,50	6	12,24	13	12,38	6	10,17	4	6,78	10	8,47	7	13,73	6	10,91	13	12,26	36	10,94
صور	8	14,29	7	14,29	15	14,29	6	10,17	3	5,08	9	7,63	3	5,88	4	7,27	7	6,60	31	9,42
مقاطع فيديو	15	26,79	12	24,49	27	25,71	8	13,56	6	10,17	14	11,9	4	7,84	5	9,09	9	8,49	50	15,20
كتب	6	10,71	4	8,16	10	9,52	7	11,86	9	15,25	16	13,6	12	23,53	14	25,45	26	24,53	52	15,81
أغاني	4	7,14	4	8,16	8	7,62	6	10,17	9	15,25	15	12,7	3	5,88	5	9,09	8	7,55	31	9,42
أفلام	10	17,86	8	16,33	18	17,14	7	11,86	8	13,56	15	12,7	4	7,84	4	7,27	8	7,55	41	12,46
مقالات متخصصة	2	3,57	3	6,12	5	4,76	9	15,25	10	16,95	19	16,1	10	19,61	8	14,55	18	16,98	42	12,77
بحوث	4	7,14	5	10,20	9	8,57	10	16,95	10	16,95	20	16,9	8	15,69	9	16,36	17	16,04	46	13,98
المجموع	56	100	49	100	105	100	59	100	59	100	118	100	51	100	55	100	106	100	329	100

كا2 المحسوبة = **44.77** د=**25**

كا2 الجدولية =**37.65**

الجدول 65:يبين كيفية تعامل القراء مع المادة التي تهمهم في المدونات وفقا لمتغيري الجنس والمستوى التعليمي

الجنس / المستوى التعليمي / نمط التعامل	ثانوي						جامعي						دراسات عليا						المجموع	النسبة
	ذكور		إناث		المجموع	النسبة	ذكور		إناث		المجموع	النسبة	ذكور		إناث		المجموع	النسبة		
	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%		
تقرأه فقط	6	16,22	4	13,33	10	14,93	10	23,26	8	21,05	18	22,2	5	14,71	5	13,89	10	14,29	38	17,43
تطبعه	10	27,03	10	33,33	20	29,85	12	27,91	11	28,95	23	28,4	11	32,35	12	33,33	23	32,86	66	30,28
تحمله	16	43,24	12	40,00	28	41,79	18	41,86	14	36,84	32	39,5	15	44,12	16	44,44	31	44,29	91	41,74
تكتبه بيدك	5	13,51	4	13,33	9	13,43	3	6,98	5	13,16	8	9,88	3	8,82	3	8,33	6	8,57	23	10,55
المجموع	37	100	30	100	67	100	43	100	38	100	81	100	34	100	36	100	70	100	218	100

كا2 المحسوبة =**4.56** د=**15**

كا2 الجدولية =**24.99**

الجدول 66: المواد التي يقرأها قراء المدونات في المدونات وفقا لمتغيري الجنس والمستوى التعليمي

الجنس والمستوى لتعليمي	ثانوي						جامعي						دراسات عليا						المجموع	النسبة
	ذكور		إناث		المجموع	النسبة	ذكور		إناث		المجموع	النسبة	ذكور		إناث		المجموع	النسبة		
المواد	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%		
العناوين	10	27,78	10	34,48	20	30,77	16	36,36	14	36,84	30	36,6	8	26,67	10	30,30	18	28,57	68	32,38
المقالات	16	44,44	11	37,93	27	41,54	15	34,09	14	36,84	29	35,4	14	46,67	16	48,48	30	47,62	86	40,95
التعليقات	10	27,78	8	27,59	18	27,69	13	29,55	10	26,32	23	28	8	26,67	7	21,21	15	23,81	56	26,67
المجموع	36	100	29	100	65	100	44	100	38	100	82	100	30	100	33	100	63	100	210	100

كا2 المحسوبة = 28.04 د=10

كا2 الجدولية =18.30

الجدول 67:يبين الخدمات التي يستخدمها قراء المدونات أكثر في المدونة وفقا لمتغيري الجنس والمستوى التعليمي

الجنس والمستوى التعليمي / الخدمات	ثانوي						جامعي						دراسات عليا						المجموع	النسبة
	ذكور		إناث		المجموع	النسبة	ذكور		إناث		المجموع	النسبة	ذكور		إناث		المجموع	النسبة		
	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%		
أرشيف المدونة	15	40,54	12	38,71	27	39,71	18	32,73	16	36,36	34	34,3	10	29,41	12	31,58	22	30,56	83	34,73
روابط المدونة	14	37,84	12	38,71	26	38,24	17	30,91	14	31,82	31	31,3	6	17,65	10	26,32	16	22,22	75	31,38
محرك البحث	8	21,62	7	22,58	15	22,06	20	36,36	14	31,82	34	34,3	18	52,94	14	36,84	32	44,44	81	33,89
المجموع	37	100	31	100	68	100	55	100	44	100	99	100	34	100	38	100	72	100	239	100

كا2 المحسوبة = 10.67 د=10

كا2 الجدولية =18.30

الجدول 68 : يبين درجة تعليق القراء على المدونات وفقا لمتغيري الجنس والمستوى التعليمي

الجنس والمستوى لتعليمي / درجة القراءة	ثانوي						جامعي						دراسات عليا						المجموع	النسبة
	ذكور		إناث		المجموع	النسبة	ذكور		إناث		المجموع	النسبة	ذكور		إناث		المجموع	النسبة		
	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%		
دائما	5	14,71	4	14,29	9	14,52	7	18,42	3	8,33	10	13,51	1	3,57	4	12,50	5	8,33	24	12,24
غالبا	7	20,59	5	17,86	12	19,35	7	18,42	7	19,44	14	18,92	4	14,29	4	12,50	8	13,33	34	17,35
أحيانا	15	44,12	8	28,57	23	37,10	14	36,84	13	36,11	27	36,49	12	42,86	10	31,25	22	36,67	72	36,73
نادرا	4	11,76	5	17,86	9	14,52	9	23,68	8	22,22	17	22,97	6	21,43	7	21,88	13	21,67	39	19,90
أبدا	3	8,82	6	21,43	9	14,52	1	2,63	5	13,89	6	8,11	5	17,86	7	21,88	12	20,00	27	13,78
المجموع	34	100	28	100	62	100	38	100	36	100	74	100	28	100	32	100	60	100	196	100

كا2 المحسوبة = **14.71** د=**20**

كا2 الجدولية =**31.41**

الجدول 69 : يبين أسباب تعليق القراء على المدونات وفقا لمتغيري الجنس والمستوى التعليمي

الجنس والمستوى	ثانوي	جامعي	دراسات عليا	المجموع	النسبة

	ذكور		إناث		المجموع	النسبة	ذكور		إناث		المجموع	النسبة	ذكور		إناث		المجموع	النسبة		
	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%		
تريد مشاركة المدون في الموضوع	6	31,58	5	27,78	11	29,73	4	19,05	5	27,78	9	23,08	3	18,75	2	12,50	5	15,63	25	22,94
لأنك تعرف المدون	2	10,53	2	11,11	4	10,81	5	23,81	3	16,67	8	20,51	4	25,00	4	25,00	8	25,00	20	18,35
تضيف تفاصيل مكملة	4	21,05	4	22,22	8	21,62	5	23,81	4	22,22	9	23,08	3	18,75	4	25,00	7	21,88	24	22,02
تشكر المدون	2	10,53	3	16,67	5	13,51	3	14,29	2	11,11	5	12,82	2	12,50	3	18,75	5	15,63	15	13,76
التعليق على موضوع يستفزكم	5	26,32	4	22,22	9	24,32	4	19,05	4	22,22	8	20,51	4	25,00	3	18,75	7	21,88	24	22,02
المجموع	19	100	18	100	37	100	21	100	18	100	39	100	16	100	16	100	32	100	109	100

كا2 المحسوبة = 33.63 د=20

كا2 الجدولية =31.41

الجدول 70: يبين أسباب عدم تعليق القراء على المدونات وفقا لمتغيري الجنس والمستوى التعليمي

الجنس والمستوى لتعليمي	ثانوي				جامعي				دراسات عليا				المجموع	النسبة
	ذكور	إناث	المجموع	النسبة	ذكور	إناث	المجموع	النسبة	ذكور	إناث	المجموع	النسبة		

الأسباب	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%		
لا يوجد حافز للتعليق	6	35,29	9	45	15	40,54	12	48	12	37,50	24	42,1	13	44,83	15	42,86	28	43,75	67	42,41
المدونون لا يرحبون بوجهات النظر	5	29,41	5	25	10	27,03	6	24	8	25,00	14	24,6	6	20,69	8	22,86	14	21,88	38	24,05
التعليق عملية مملة	6	35,29	6	30	12	32,43	7	28	12	37,50	19	33,3	10	34,48	12	34,29	22	34,38	53	33,54
المجموع	17	100	20	100	37	100	25	100	32	100	57	100	29	100	35	100	64	100	158	100
كا2 المحسوبة = **6.52** د=**10** كا2 الجدولية =**18.30**																				

الجدول 71 : يبين دوافع قراءة المدونات وفقا لمتغير الجنس

	ذكور						إناث					
	الرتبة	التكرار	المعامل	التكرار المعدل	المجموع	الرتبة	الرتبة	التكرار	المعامل	التكرار المعدل	المجموع	الرتبة

05	327	96	06	16	01	05	355	108	06	18	01	سياسية
		45	05	09	02			55	05	11	02	
		80	04	20	03			96	04	24	03	
		63	03	21	04			66	03	22	04	
		26	02	13	05			10	02	05	05	
		17	01	17	06			20	01	20	06	
01	424	240	06	40	01	01	484	150	06	25	01	معرفية
		90	05	18	02			100	05	20	02	
		44	04	11	03			64	04	16	03	
		24	03	08	04			57	03	19	04	
		14	02	07	05			30	02	15	05	
		12	01	12	06			05	01	05	06	
06	307	174	06	29	01	06	341	78	06	13	01	نفسية
		50	05	10	02			70	05	14	02	
		08	04	20	03			75	04	25	03	
		36	03	12	04			90	03	30	04	
		28	02	14	05			20	02	10	05	
		11	01	11	06			08	01	08	06	
02	385	120	06	20	01	03	407	180	06	30	01	اجتماعية
		120	05	24	02			60	05	12	02	
		56	04	14	03			88	04	22	03	
		48	03	16	04			42	03	14	04	
		38	02	19	05			26	02	13	05	
		03	01		06			11	01	11	06	
03	342	72	06	12	01	02	455	252	06	42	01	إعلامية
		50	05	10	02			100	05	20	02	
		92	04	23	03			48	04	12	03	
		93	03	31	04			30	03	10	04	

	05	09	02	18			05	15	02	30		
	06	07	01	07			06	05	01	05		
ترفيهية	01	33	06	198	379	04	01	28	06	168	332	04
	02	05	05	25			02	02	05	10		
	03	17	04	68			03	15	04	60		
	04	15	03	45			04	13	03	39		
	05	13	02	26			05	17	02	34		
	06	17	01	17			06	21	01	21		

الجدول 72 : يبين دوافع قراءة المدونات وفقا لمتغير المستوى التعليمي

	ثانوي						جامعي						دراسات عليا					
	الرتبة	التكرار	المعامل	التكرار المعدل	المجموع	الرتبة	الرتبة	التكرار	المعامل	التكرار المعدل	المجموع	الرتبة	الرتبة	التكرار	المعامل	التكرار المعدل	المجموع	الرتبة
سياسية	01	07	06	42	186	06	01	06	06	36	248	05	01	28	06	168	233	03
	02	08	05	40			02	09	05	45			02	01	05	05		
	03	06	04	24			03	30	04	120			03	02	04	08		

		24	03	08	04			12	03	04	04			06	03	02	04	
		14	02	07	05			20	02	10	05			34	02	17	05	
		14	01	14	06			15	01	15	06			22	01	22	06	
01	**290**	192	06	32	01	**01**	**338**	174	06	29	01	**01**	**281**	96	06	16	01	معرفية
		20	05	04	02			85	05	17	02			100	05	20	02	
		40	04	10	03			60	04	15	03			48	04	12	03	
		33	03	11	04			09	03	03	04			30	03	10	04	
		04	02	02	05			/	02	/	05			06	02	03	05	
		01	01	01	06			10	01	10	06			01	01	01	06	
05	**222**	72	06	12	01	**06**	**245**	108	06	18	01	**03**	**248**	48	06	08	01	نفسية
		70	05	14	02			30	05	06	02			80	05	16	02	
		28	04	07	03			44	04	11	03			88	04	22	03	
		24	03	08	04			15	03	05	04			15	03	05	04	
		18	02	09	05			28	02	14	05			12	02	06	05	
		10	01	10	06			20	01	20	06			04	01	04	06	
04	**229**	120	06	20	01	**02**	**326**	138	06	23	01	**04**	**228**	66	06	11	01	اجتماعية
		50	05	10	02			60	05	12	02			60	05	12	02	
		08	04	02	03			64	04	16	03			20	04	05	03	
		12	03	04	04			60	03	20	04			42	03	14	04	
		30	02	15	05			02	02	01	05			40	02	20	05	
		09	01	09	06			02	01	02	06			/	01	/	06	
02	**265**	90	06	15	01	**04**	**272**	54	06	09	01	**05**	**227**	60	06	10	01	إعلامية
		85	05	17	02			75	05	15	02			75	05	15	02	
		48	04	12	03			84	04	21	03			28	04	07	03	
		30	03	10	04			33	03	11	04			39	03	13	04	
		12	02	06	05			16	02	08	05			16	02	08	05	
		/	01	/	06			10	01	10	06			09	01	09	06	
06	**209**		06	07	01	**03**	**307**		06	14	01	**02**	**258**	120	06	20	01	ترفيهية
			05	13	02				05	22	02			50	05	10	02	
			04	06	03				04	16	03			12	04	03	03	

	04	19	03	57			04	10	03				04	17	03			
	05	09	02	18			05	07	02				05	10	02			
	06	01	01	01			06	05	01				06	08	01			

الجدول 73 :يبين الأغراض المعرفية لقراءة المدونات وفقا لمتغيري الجنس والمستوى التعليمي

الجنس والمستوى لتعليمي / الأغراض	ثانوي				جامعي				دراسات عليا				المجموع	النسبة
	ذكور	إناث	المجموع	النسبة	ذكور	إناث	المجموع	النسبة	ذكور	إناث	المجموع	النسبة		

المعرفية	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%		
مصدرا للمعلومات	15	29,41	12	27,91	27	28,72	14	25,00	11	23,91	25	24,51	12	24,49	13	22,81	25	23,58	77	25,50
تزيد من ثقافتك العامة	15	29,41	13	30,23	28	29,79	14	25,00	12	26,09	26	25,49	12	24,49	12	21,05	24	22,64	78	25,83
تقدم تحاليل تفيدك	5	9,80	6	13,95	11	11,70	5	8,93	5	10,87	10	9,80	8	16,33	10	17,54	18	16,98	39	12,91
تزودك بمعلومات علمية	10	19,61	8	18,60	18	19,15	13	23,21	5	10,87	18	17,65	8	16,33	11	19,30	19	17,92	55	18,21
تساعدك في انجاز البحوث	6	11,76	4	9,30	10	10,64	10	17,86	13	28,26	23	22,55	9	18,37	11	19,30	20	18,87	53	17,55
المجموع	51	100	43	100	94	100	56	100	46	100	102	100	49	100	57	100	106	100	302	100

كا2 المحسوبة = 32.35 **د=20**

كا2 الجدولية =31.41

الجدول 74 : يبين الأغراض السياسية لقراءة المدونات وفقا لمتغيري الجنس والمستوى التعليمي

الجنس والمستوى لتعليمي	ثانوي				جامعي				دراسات عليا				المجموع	النسبة
	ذكور	إناث	المجموع	النسبة	ذكور	إناث	المجموع	النسبة	ذكور	إناث	المجموع	النسبة		

الأغراض السياسية	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%		
الإلمام بمستجدات القضايا السياسية	6	16,22	5	16,13	11	16,18	6	13,33	6	15,00	12	14,12	4	12,12	6	14,63	10	13,51	33	14,54
حرية الرأي السياسي	7	18,92	7	22,58	14	20,59	15	33,33	13	32,50	28	32,94	10	30,30	12	29,27	22	29,73	64	28,19
الاطلاع على تحاليل لا تقدمها وسائل الإعلام	12	32,43	10	32,26	22	32,35	14	31,11	13	32,50	27	31,76	10	30,30	13	31,71	23	31,08	72	31,72
تكشف أسرار سياسية خفية	12	32,43	9	29,03	21	30,88	10	22,22	8	20,00	18	21,18	9	27,27	10	24,39	19	25,68	58	25,55
المجموع	37	100	31	100	68	100	45	100	40	100	85	100	33	100	41	100	74	100	227	100
كا2 المحسوبة = **25.69** د=**15** **كا2** الجدولية =**24.99**																				

الجدول 75: يبين الأغراض النفسية لقراءة المدونات وفقا لمتغيري الجنس والمستوى التعليمي

الجنس والمستوى لتعليمي	ثانوي				جامعي				دراسات عليا				المجموع	النسبة
	ذكور	إناث	المجموع	النسبة	ذكور	إناث	المجموع	النسبة	ذكور	إناث	المجموع	النسبة		

الأغراض النفسية	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%		
ملأ الفراغ	5	13,51	7	20,00	12	16,67	15	35,71	13	33,33	28	34,57	10	35,71	14	37,84	24	36,92	64	29,36
التخلص من الروتين	12	32,43	8	22,86	20	27,78	10	23,81	9	23,08	19	23,46	7	25,00	10	27,03	17	26,15	56	25,69
التخلص من الوحدة	10	27,03	12	34,29	22	30,56	7	16,67	9	23,08	16	19,75	4	14,29	3	8,11	7	10,77	45	20,64
تحقيق العادة	10	27,03	8	22,86	18	25,00	10	23,81	8	20,51	18	22,22	7	25,00	10	27,03	17	26,15	53	24,31
المجموع	37	100	35	100	72	100	42	100	39	100	81	100	28	100	37	100	65	100	218	100

كا2 المحسوبة = 28.3 د=15

كا2 الجدولية =24.99

الجدول 76 :الأغراض الاجتماعية لقراءة المدونات وفقا لمتغيري الجنس والمستوى التعليمي

الجنس والمستوى لتعليمي / الأغراض الاجتماعية	ثانوي						جامعي						دراسات عليا						المجموع	النسبة
	ذكور		إناث		المجموع	النسبة	ذكور		إناث		المجموع	النسبة	ذكور		إناث		المجموع	النسبة		
	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%		
التواصل مع الغير	10	23,81	9	24,32	19	24,05	14	30,43	12	31,58	26	30,95	10	30,30	12	30,00	22	30,14	67	28,39

كسب أصدقاء جدد	10	23,81	9	24,32	19	24,05	14	30,43	13	34,21	27	32,14	7	21,21	12	30,00	19	26,03	65	27,54
إقامة علاقات اجتماعية افتراضية	12	28,57	10	27,03	22	27,85	8	17,39	7	18,42	15	17,86	8	24,24	9	22,50	17	23,29	54	22,88
إيجاد حلول لمشكلاتك الاجتماعية	10	23,81	9	24,32	19	24,05	10	21,74	6	15,79	16	19,05	8	24,24	7	17,50	15	20,55	50	21,19
المجموع	42	100	37	100	79	100	46	100	38	100	84	100	33	100	40	100	73	100	236	100

كا2 المحسوبة = **26.49** د=**15**

كا2 الجدولية =**24.99**

ا الجدول77 : يبين لأغراض الإعلامية لقراءة المدونات وفقا لمتغيري الجنس والمستوى التعليمي

الجنس والمستوى لتعليمي / الأغراض الإعلامية	ثانوي						جامعي						دراسات عليا						المجموع	النسبة
	ذكور		إناث		المجموع	النسبة	ذكور		إناث		المجموع	النسبة	ذكور		إناث		المجموع	النسبة		
	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%		
معرفة الأخبار المحلية	10	30,30	8	24,2	18	27,27	3	7,69	4	10,5	7	9,09	7	20,00	7	17,95	14	18,92	39	17,89

والدولية				4						3								
قراءة مختلف التحاليل الإعلامية	4	12,12	5	15,15	9	13,64	7	17,95	8	21,05	15	19,48	6	17,14	9	23,08	15	20,27	39	17,89
المشاركة بابداء آرائك	4	12,12	5	15,15	9	13,64	10	25,64	9	23,68	19	24,68	6	17,14	9	23,08	15	20,27	43	19,72
الإطلاع على مختلف وجهات النظر	13	39,39	7	21,21	20	30,30	10	25,64	9	23,68	19	24,68	9	25,71	7	17,95	16	21,62	55	25,23
تعتبر بديلا عن وسائل الإعلام	6	18,18	5	15,15	11	16,67	9	23,08	8	21,05	17	22,08	7	20,00	7	17,95	14	18,92	42	19,27
المجموع	33	100	33	100	66	100	39	100	38	100	77	100	35	100	39	100	74	100	218	100

كا2 المحسوبة = 32.11 **د=20**

كا2 الجدولية =31.41

الجدول 78 :يبين الأغراض الترفيهية لقراءة المدونات وفقا لمتغيري الجنس والمستوى التعليمي

الجنس والمستوى لتعليمي / الأغراض الترفيهية	ثانوي						جامعي						دراسات عليا						المجموع	النسبة
	ذكور		إناث		المجموع	النسبة	ذكور		إناث		المجموع	النسبة	ذكور		إناث		المجموع	النسبة		
	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%		
تمضية الوقت	10	30,30	9	29,03	19	29,69	14	30,43	12	27,91	26	29,21	18	64,29	15	46,88	33	55,00	78	36,62

تحميل الموسيقى ومقاطع الفيديو	6	18,18	8	25,81	14	21,88	10	21,74	10	23,26	20	22,47	/		1	3,13	1	1,67	35	16,43
قراءة الخواطر	10	30,30	8	25,81	18	28,13	10	21,74	9	20,93	19	21,35	/		1	3,13	1	1,67	38	17,84
التسلية	7	21,21	6	19,35	13	20,31	12	26,09	12	27,91	24	26,97	10	35,71	15	46,88	25	41,67	62	29,11
المجموع	33	100	31	100	64	100	46	100	43	100	89	100	28	100	32	100	60	100	213	100

كا2 المحسوبة = 31.14 د=15

كا2 الجدولية =24.99

الجدول 79 : يبين درجة ثقة القراء في معلومات المدونات وفقا لمتغيري الجنس والمستوى التعليمي

الجنس والمستوى التعليمي / درجة الثقة	ثانوي						جامعي						دراسات عليا						المجموع	النسبة
	ذكور		إناث		المجموع	النسبة	ذكور		إناث		المجموع	النسبة	ذكور		إناث		المجموع	النسبة		
	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%		

دائما	8	23,53	7	25,00	15	24,19	3	7,89	3	8,33	6	8,11	/	/	2	6,25	2	3,33	23	11,73
غالبا	10	29,41	6	21,43	16	25,81	5	13,16	5	13,89	10	13,51	/	/	2	6,25	2	3,33	28	14,29
أحيانا	8	23,53	8	28,57	16	25,81	20	52,63	18	50,00	38	51,35	15	53,57	17	53,13	32	53,33	86	43,88
نادرا	4	11,76	5	17,86	9	14,52	6	15,79	6	16,67	12	16,22	10	35,71	10	31,25	20	33,33	41	20,92
أبدا	4	11,76	2	7,14	6	9,68	5	13,16	4	11,11	9	12,16	3	10,71	1	3,13	4	6,67	19	9,69
المجموع	34	100	28	100	62	100	38	100	36	100	74	100	28	100	32	100	60	100	196	100

كا2 المحسوبة = 33.10 د=20

كا2 الجدولية =31.41

الجدول 80 : أسباب عدم ثقة القراء في معلومات المدونات وفقا لمتغيري الجنس والمستوى التعليمي

الجنس / والمستوى لتعليمي / الأسباب	ثانوي						جامعي						دراسات عليا						المجموع	النسبة
	ذكور		إناث		المجموع	النسبة	ذكور		إناث		المجموع	النسبة	ذكور		إناث		المجموع	النسبة		
	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%		
غالبا ما تكون مجهولة المصدر	6	46,15	8	66,67	14	56	10	40	12	46,15	22	43,14	8	44,44	8	40	16	42,11	52	45,61

معلوماتها غير موثقة	5	38,46	3	25,00	8	32	10	40	10	38,46	20	39,22	8	44,44	9	45	17	44,74	45	39,47
مجرد كلام	2	15,38	1	8,33	3	12	5	20	4	15,38	9	17,65	2	11,11	3	15	5	13,16	17	14,91
المجموع	13	100	12	100	25	100	25	100	26	100	51	100	18	100	20	100	38	100	114	100

كا2 المحسوبة = 20.05 د=10

كا2 الجدولية =18.30

الجدول 81 :يبين اتجاه القراء نحو استخدام المدونات وفقا لمتغيري الجنس والمستوى التعليمي

الجنس والمستوى التعليمي / اتجاه القراء	ثانوي						جامعي						دراسات عليا						المجموع	النسبة
	ذكور		إناث		المجموع	النسبة	ذكور		إناث		المجموع	النسبة	ذكور		إناث		المجموع	النسبة		
	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%		
أن تزيد من قراءة المدونات	9	26,47	5	17,86	14	22,58	8	21,05	10	27,78	18	24,32	6	21,43	4	12,50	10	16,67	42	21,43

أن تنقص من قراءة المدونات	5	14,71	5	17,86	10	16,13	5	13,16	6	16,67	11	14,86	6	21,43	10	31,25	16	26,67	37	18,88
أن تبقى على نفس الدرجة من قراءة المدونات	18	52,94	15	53,57	33	53,23	21	55,26	18	50,00	39	52,70	14	50,00	16	50,00	30	50,00	102	52,04
أن تكف عن قراءة المدونات	2	5,88	3	10,71	5	8,06	4	10,53	2	5,56	6	8,11	2	7,14	2	6,25	4	6,67	15	7,65
المجموع	34	100	28	100	62	100	38	100	36	100	74	100	28	100	32	100	60	100	196	100
كا2 المحسوبة = 5.6 د=15 **كا2 الجدولية =24.99**																				

الفصل الخامس: استخدامات المدونات ودوافع قراءتها

أولا: عادات وأنماط قراءة المدونات

ثانيا: دوافع قراءة المدونات

يتضح من خلال الجدول(43) أن **36.73%** من أفراد العينة يستخدمون الانترنت من 5إلى10 سنوات، تليها **34.69%** يستخدمونها من 10 سنوات فأكثر، ثم **21.43%** يستخدمونها من سنة إلى 5سنوات، و**7.14%** يستخدمونها منذ أقل من سنة.

وقد سجلت أكبر نسبة من5إلى10 سنوات ذلك أن هذه الفترة عرفت اهتماما كبيرا بشبكة الانترنت ومحاولة إتاحتها للجميع، ناهيك على أن العينة المقصودة هنا هي قراء المدونات ومن الطبيعي أن يكونوا من من لديهم مدة وهم يستخدمون الانترنت حتى وصلوا لدرجة أنهم أصبحوا قراء مدونات.

ونلاحظ من خلال الجدول أن **37.10%** من أفراد العينة الذين هم من المستوى الثانوي يستخدمون الانترنت من مدة 5الى10 سنوات، تليها نسبة **32.26%** يستخدمونها منذ أكثر من 10 سنوات، و**24.19%** يستخدمونها من سنة إلى خمس سنوات، و**6.45%** يستخدمونها منذ أقل من سنة.

أما المستوى الجامعي فإن **40.5%** منهم يستخدمون الانترنت من 5الى10 سنوات، تليها 29.7% يستخدمونها منذ 10 سنوات فأكثر، و**18.9%**يستخدمونها منذ أقل من سنة.

في حين أفراد العينة من مستوى الدراسات العليا فإن **43.33%** منهم يستخدمون الانترنت من 10 سنوات فأكثر، تليها نسبة **31.67%** يستخدمونها من 5إلى10 سنوات، و**21.67%** يستخدمونها من سنة إلى خمس سنوات، و**3.33%** يستخدمونها منذ أقل من سنة.

ويلاحظ أن أكبر نسبة ذكور ثانويين هي **41.18** % وهم يستخدمون الانترنت من5إلى10 سنوات، في حين أكبر نسبة إناث هي **35.71%** ويستخدمنها من 10 سنوات فأكثر.

أما أكبر نسبة ذكور جامعيين فهي **39.47%** وهم يستخدمون الانترنت من 5 إلى10 سنوات مثلهم مثل أكبر نسبة إناث جامعيات بنسبة **41.67%**.

أما أكبر نسبة ذكور من الدراسات العليا فهي **43.8%** ويستخدمون الانترنت منذ أكثر من 10 سنوات مثلهم مثل أكبر نسبة إناث من الدراسات العليا بنسبة**42.86%**.

ومنه فإن هناك فروق ذات دلالة إحصائية بين أفراد العينة، ومنه فإن كا2 المحسوبة تساوي (29.63)، وهي أكبر من كا2 الجدولية (**24.99**)، تحت درجة حرية (**15**)، عند مستوى دلالة (**0.05**) وبمستوى ثقة **95%**.

يتضح من خلال الجدول(44) أن **20.17%** من أفراد العينة يستخدمون الانترنت من أجل اكتساب معارف ومهارات جديدة، و**19.31%** يستخدمونها لمعرفة الأخبار المحلية والدولية، و**15.85%** يستخدمونها لانجاز البحوث، و**13.26%** يستخدمونها للبحث عن فرص عمل، و**12.10%** يستخدمونها لإقامة الصداقات، و**9.80%** يستخدمونها للمتعة والترفيه، و**9.51%** يستخدمونها من أجل التعلم.

وأجابت أكبر نسبة أنها تستخدم الانترنت بهدف اكتساب المعارف ،كون شبكة الانترنت اليوم أصبحت وسيلة للحصول على المعرفة، من خلال ما توفره خدماتها الحديثة في النشر الالكتروني ، والتفاعل، واكتساب معلومات حول مختلف المجالات.

ويلاحظ أن **20.49%** من أفراد العينة من المستوى الثانوي يستخدمون الانترنت لاكتساب معارف ومهارات جديدة، و**18.03%** لإقامة صداقات، و**16.39%** لمعرفة الأخبار المحلية والدولية ، و**15.57%** للمتعة والترفيه و**14.75%** للبحث عن فرص عمل و**9.02%** للتعلم و**5.74%** لانجاز البحوث.

أما المستوى الجامعي فإن **21.14%** منهم يستخدمونها لمعرفة الأخبار المحلية والدولية، و**20.33%** لاكتساب معارف ومهارات جديدة، و**17.89%** لانجاز البحوث و**12.20%** لإقامة صداقات و**9.76%** للتعلم ونفس النسبة للبحث عن فرص عمل.

في حين **25.49%** من أفراد العينة من الدراسات العليا يستخدمونها لانجاز البحوث، و**20.59%** يستخدمونها لمعرفة الأخبار المحلية والدولية، و**19.61%** لاكتساب معارف ومهارات جديدة، و**15.69%** للبحث عن فرص عمل، و**9.80%** للتعلم، و**4.90%** لإقامة صداقات، و**3.92%** للمتعة والترفيه.

ويلاحظ أن أكبر نسبة ذكور ثانويين هي **23.86%** يستخدمون الانترنت لاكتساب معارف ومهارات جديدة في حين أكبر نسبة إناث من نفس المستوى يستخدمنها لإقامة صداقات بنسبة **21.05%**.

أما أكبر نسبة ذكور جامعيين هي **23.44**% وهم يستخدمون الانترنت لمعرفة الأخبار المحلية والدولية، في حين أكبر نسبة إناث جامعيات هي **23.73**% ويستخدمنها لاكتساب معارف ومهارات جديدة.

أما أكبر نسبة ذكور من الدراسات العليا فهي **25.93**% وهم يستخدمون الانترنت لانجاز البحوث مثلهم مثل الإناث من نفس المستوى بنسبة **25**%.

ومنه فإن هناك فروق ذات دلالة إحصائية بين أفراد العينة، ومنه فإن كا2 المحسوبة تساوي (**48.89**)، وهي أكبر من كا2 الجدولية (**36.41**)، تحت درجة حرية (**24**)، عند مستوى دلالة (**0.05**) وبمستوى ثقة **95**%.

يلاحظ من خلال الجدول(45) أن **24.75%** من أفراد العينة يفضلون خدمة نقل الملفات، تليها **23.43%** يفضلون خدمة البريد الالكتروني، و**16.5%** يفضلون خدمة مجموعات الأخبار، و**15.18%** يفضلون خدمة الدردشة، و**10.56%** يفضلون خدمة الويب و**9.75%** يفضلون خدمة الربط عن بعد.

وأكبر نسبة تفضل خدمة نقل الملفات لأن هذه الخدمة من أهم الخدمات التي توفر على الفرد التنقل أو الجهد، وتسهل له التعامل عن بعد.

ويلاحظ أن **25.58%** من أفراد العينة من المستوى الثانوي يفضلون خدمة البريد الالكتروني، و**24.42%** يفضلون خدمة نقل الملفات، و**20.93%** يفضلون الدردشة، و**12.79%** يفضلون مجموعات الأخبار، و**10.47%** يفضلون خدمة الويب و**5.81%** يفضلون الربط عن بعد.

أما أفراد العينة من المستوى الجامعي فإن **24.3%** منهم يفضلون خدمة نقل الملفات و**21.5%** البريد الالكتروني، و**20.6%** الدردشة، و**13.1%** مجموعات الأخبار، و**10.3%** خدمة الربط عن بعد ونفس النسبة يفضلون خدمة الويب.

أما مستوى الدراسات العليا فإن **25.45%** يفضلون خدمة نقل الملفات، و**23.64%** يفضلون البريد الالكتروني، و22.73% يفضلون مجموعات الأخبار، و**11.82%** يفضلون الربط عن بعد، و**10.91%** يفضلون خدمة الويب و**5.45%** يفضلون الدردشة.

ويلاحظ أن أكبر نسبة ذكور ثانويين هي **26.53%** وهم يفضلون خدمة نقل الملفات في حين أن أكبر نسبة إناث من نفس المستوى قدرت ب**24.32%** ويفضلن البريد الالكتروني.

أما أكبر نسبة ذكور جامعيين هي **23.73%** ويفضلون نقل الملفات مثل أكبر نسبة إناث جامعيات والتي قدرت ب**25%** .

ونفس الشيء بالنسبة لأكبر نسبة ذكور من الدراسات العليا فقد قدرت ب**25.86%** أما أكبر نسبة إناث من نفس المستوى فقدرت ب**25%**.

ومنه فإن هناك فروق ذات دلالة إحصائية بين أفراد العينة، ومنه فإن كا2 المحسوبة تساوي (**39.67**)، وهي أكبر من كا2 الجدولية التي تساوي (**37.65**)، تحت درجة حرية (**25**) عند مستوى دلالة (**0.05**)، وبمستوى ثقة **95%**.

يوضح الجدول(46) أن **32.65%** من أفراد العينة يقضون ثلاث ساعات عادة في استخدام الانترنت، و**24.49%** يقضون ساعتين، و**23.98%** يقضون أربع ساعات، و**12.76%** يقضون ساعة واحدة و**6.12%** يستخدمونها من 5ساعات فأكثر.

وأكبر نسبة يقضون ثلاث ساعات لأن أكثر من هذا الوقت يتعب الفرد ويسبب له مشاكل صحية، وأقل من ذلك قد لا يكفيه للإبحار في عالم الانترنت الذي كل موقع فيه يجعل لديك الفضول لاكتشافه.

ويلاحظ أن **33.87%** من أفراد العينة من المستوى الثانوي يستخدمون الانترنت لمدة أربع ساعات، و**29.03%** يستخدمونها لمدة ثلاث ساعات، و**22.58%** يستخدمونها لمدة ساعتين، و**12.90%** لمدة ساعة، و**1.61%** لمدة خمس ساعات فأكثر.

أما بالنسبة للمستوى الجامعي فإن **32.4%** يستخدمونها لمدة 3 ساعات، و**27%** لمدة ساعتين و**18.9%** لمدة أربع ساعات، و**14.9%** لمدة ساعة، و**6.76%** لمدة خمس ساعات فأكثر.

أما مستوى الدراسات العليا فإن **36.67%** منهم يستخدمون لمدة ثلاث ساعات و**23.33%** لمدة ساعتين، و**20%** لمدة أربع ساعات، و**10%** لمدة ساعة ونفس النسبة لمدة خمس ساعات فأكثر.

ويلاحظ أن أكبر نسبة ذكور ثانويين هي **35.29%** يستخدمونها لمدة أربع ساعات مثل أكبر نسبة إناث من نفس المستوى وهي **32.14%**.

أما أكبر نسبة ذكور جامعيين هي **31.59%** يستخدمونها لمدة ثلاث ساعات مثل أكبر نسبة إناث من نفس المستوى وهي **33.33%**.

وهي نفس المدة التي تقضيها أكبر نسبة من الذكور من الدراسات العليا ب**35.71%** والإناث بنسبة **37.50%**.

ومنه فإن هناك فروق ذات دلالة إحصائية بين أفراد العينة، ومنه فإن كا2 المحسوبة تساوي (**42.77**)، وهي أكبر من كا2 الجدولية التي تساوي (**31.41**)، تحت درجة حرية (**20**) عند مستوى دلالة (**0.05**)، وبمستوى ثقة **95%**.

يتضح من خلال الجدول(47) أن **85.71%** من أفراد العينة يمتلكون مدونة، و**14.29%** لا يملكون مدونة.

معظم قراء المدونات يملكون مدونات، ذلك راجع لأن قراءتهم للمدونات تحفزهم على إنشاء مدونة خاصة بهم، أو أن قراءتهم للمدونات جاءت نتيجة لامتلاكهم مدونة خاصة بهم.

ويلاحظ أن **80.65%** من أفراد العينة من الثانويين يملكون مدونة في حين **19.35%** لا يملكون.

أما المستوى الجامعي فإن **81.1%** منهم يملكون مدونة في حين أن **18.9%** ليست لديهم مدونة.

وبالنسبة للدراسات العليا فإن **96.67%** منهم يملكون مدونة و**3.33%** فقط ليست لديهم مدونة.

ونلاحظ انه ليس هناك اختلاف في امتلاك مدونة أو عدمها حسب الجنس حيث أن أكبر نسبة ذكور ثانويين يملكون مدونة هي **76.47%** مثلهم مثل الإناث فأكبر نسبة منهن تمتلك مدونة وهي **85.71%**.

ونفس الشيء بالنسبة لأكبر نسبة ذكور جامعيين؛ حيث **81.58%** منهم يمتلكون مدونة مثل أكبر نسبة إناث جامعيات وهي **80.56%**.

أما الذكور من مستوى الدراسات العليا فإنهم يملكون مدونة بنسبة **100%**، والإناث بنسبة **93.75%**.

ومنه فإن هناك ليست هناك فروق ذات دلالة إحصائية بين أفراد العينة، ومنه فإن كا2 المحسوبة تساوي (**10.08**)، وهي أصغر من كا2 الجدولية التي تساوي (**11.07**)، تحت درجة حرية (**5**)، عند مستوى دلالة (**0.05**)، وبمستوى ثقة **95%**.

يوضح الجدول(48) أن **21.33%** من أفراد العينة مدوناتهم أدبية، و**20.85%** مدوناتهم علمية متخصصة، و**19.91%** مدوناتهم ثقافية متنوعة، و**14.69%** مدوناتهم اجتماعية، و**9%** مدوناتهم رياضية، و**8.06%** مدوناتهم فنية، و**6.16%** مدوناتهم سياسية، في حين لا أحد يملك مدونة اقتصادية.

ويلاحظ أن **28.95%** من أفراد العينة من المستوى الثانوي مدوناتهم أدبية، و**23.68%** مدوناتهم ثقافية متنوعة، و**15.79%** مدوناتهم اجتماعية، و**14.47%** مدوناتهم فنية، ونفس النسبة مدوناتهم رياضية، و**2.63%** مدوناتهم سياسية.

أما المستوى الجامعي فإن **25.6%** مدوناتهم أدبية و**21.8%** علمية متخصصة، و**15.4%** مدوناتهم اجتماعية و**12.8%** مدوناتهم ثقافية متنوعة، و**10.3%** مدوناتهم رياضية، و**7.69%** مدوناتهم فنية و**6.41%** مدوناتهم سياسية.

أما مستوى الدراسات العليا فإن **47.37%** منهم مدوناتهم علمية متخصصة، و**24.56%** مدوناتهم ثقافية متنوعة، و**12.28%** مدوناتهم اجتماعية، و**10.53%** مدوناتهم سياسية، و**5.26%** مدوناتهم أدبية في حين لا أحد يملك مدونة اقتصادية أو فنية أو رياضية.

ويلاحظ أن أكبر نسبة ذكور ثانويين هي **25%** ومدوناتهم أدبية مثل أكبر نسبة إناث من نفس المستوى وهي **33.33%**.

أما أكبر نسبة ذكور جامعيين هي **21.95%** ومدوناتهم علمية متخصصة، في حين أكبر نسبة إناث جامعيات هي **32.43%** ومدوناتهم أدبية.

في حين أكبر نسبة ذكور من الدراسات العليا هي **42.86%** ومدوناتهم علمية متخصصة مثل أكبر نسبة إناث في نفس المستوى وهي **51.72%**.

منه فإن هناك فروق ذات دلالة إحصائية بين أفراد العينة، ومنه فإن كا2 المحسوبة تساوي (**271.26**)، وهي أكبر من كا2 الجدولية (**37.65**)، تحت درجة حرية (**35**) عند مستوى دلالة (**0.05**)، وبمستوى ثقة **95**%.

يتضح من خلال الجدول(49) أن **20.16%** أنشأوا مدونات لنشر المقالات، تليها نسبة **17%** لنشر إبداعاتهم، و**16.21%** لتقديم معلومات للغير، **13.04%** للتعبير عن أرائهم، ونفس النسبة لمشاركة غيرهم في مختلف المعارف، و**9.49%** لإقامة صداقات افتراضية.

وأكبر نسبة أنشأت المدونات لنشر المقالات كون المدونات مجالا سهلا للنشر ولا تحتاج إلى أي جهد.

ويلاحظ أن **22.62%** من أفراد العينة من المستوى الثانوي ينشئون مدونات لنشر إبداعاتهم، **19.05%** لنشر المقالات، **13.10%** للتعبير عن أرائهم وهي نفس النسبة بهدف تقديم معلومات للغير، ونفسها لمشاركة غيرهم في مختلف المعارف، و**9.52%** لإقامة صداقات افتراضية ونفس النسبة للترفيه.

أما المستوى الجامعي فإن **21.4%**يدونون لنشر المقالات، و**15.5%** لنشر إبداعاتهم وهي نفس النسبة لتقديم معلومات للغير، **13.1%** لمشاركة غيرهم في مختلف المعارف و**11.9%** لإقامة صداقات افتراضية، ونفس النسبة للترفيه، و**10.7%** للتعبير عن آرائهم.

في حين في مستوى الدراسات العليا فإن **22.35%** يدونون لمشاركة غيرهم في مختلف المعارف، **20%** لنشر المقالات، و**17.65%** لإقامة صداقات افتراضية، و**15.29%** للتعبير عن آرائهم، و**12.94%** لنشر إبداعاتهم، و**7.06%** للترفيه.

ويلاحظ أن أكبر نسبة ذكور ثانويين هي **21.74%** يدونون لنشر المقالات، ونفس النسبة لنشر إبداعاتهم، في حين أكبر نسبة إناث من نفس المستوى هي **23.68%** يدون لنشر إبداعاتهن.

أما أكبر نسبة ذكور جامعيين فهي **21.4%** وهم يدونون لنشر المقالات مثل الإناث في نفس المستوى بنسبة **21.05%**.

أما أكبر نسبة ذكور دراسات عليا فهي **25.64**% ويدونون لمشاركة غيرهم في مختلف المعارف، في حين أكبر نسبة إناث في نفس المستوى هي **21.74**% وهن يدون لنشر المقالات.

ومنه فإن هناك فروق ذات دلالة إحصائية بين أفراد العينة، حيث أن كا2 المحسوبة تساوي (**120.19**)، وهي أكبر من كا2 الجدولية (**36.41**)، تحت درجة حرية (**24**)، عند مستوى دلالة (**0.05**)، وبمستوى ثقة **95**%.

يوضح الجدول(50) أن **58.67%** من أفراد العينة يقرؤون المدونات دائما، و**23.47%** يقرؤونها غالبا، و**16.33%** يقرؤونها أحيانا.

ونلاحظ أن **59.68%** من أفراد العينة من المستوى الثانوي يقرؤون المدونات دائما، **32.26%** يقرؤونها غالبا، و**8.06%** يقرؤونها أحيانا.

أما بالنسبة للجامعيين فإن **66.2%** منهم يقرؤونها دائما، **14.9%** يقرؤونها غالبا و**18.9%** يقرؤونها أحيانا.

وبالنسبة لمستوى الدراسات العليا فإن **48.33%** يقرؤون دائما المدونات الالكترونية و**30%** غالبا ما يقرؤونها، و**21.67%** يقرؤونها أحيانا.

ويلاحظ أنه لا توجد فروق وفقا لمتغير الجنس بين الذكور والإناث في درجة قراءة المدونات في مختلف المستويات حيث أن أكبر نسبة ذكور في المستوى الثانوي هي **58.82%** وهم يقرؤون دائما المدونات مثلهم مثل أكبر نسبة إناث في هذا المستوى بنسبة **60.71%**.

وهو الأمر نفسه بالنسبة للمستوى الجامعي حيث أن أكبر نسبة للذكور الجامعيين هي **65.79%** يقرؤون دائما المدونات، مثلهم مثل أكبر نسبة إناث جامعيات وهي **66.67%**.

أما أكبر نسبة ذكور دراسات عليا فهي **46.43%** وهم يقرؤون دائما المدونات، مثلهم مثل أكبر نسبة إناث من نفس المستوى وهي **50%**.

ومنه فإنه لا توجد هناك فروق ذات دلالة إحصائية بين أفراد العينة، ومنه فإن كا2 المحسوبة تساوي (**25.60**)، وهي أصغر من كا2 الجدولية (**31.41**)، تحت درجة حرية (**20**) عند مستوى دلالة (**0.05**)، وبمستوى ثقة **95%**.

يتضح من الجدول(51) أن **53.57%** من أفراد العينة بدأوا قراءة المدونات منذ أقل من سنة، و**30.61%** بدأوا قراءتها من سنة إلى ثلاث سنوات، **13.27%** بدأوا قراءتها من ثلاث إلى خمس سنوات، و**2.55%** بدأوا قراءتها منذ خمس سنوات فأكثر.

ويرجع سبب أن أكبر نسبة يقرؤونها منذ أقل من سنة لكون ظاهرة المدونات حديثة في الجزائر مقارنة بالدول الأخرى وعرفت انتشارا في السنة الأخيرة مما لفت الانتباه إليها.

ويلاحظ أن **58.06%** من أفراد العينة من المستوى الثانوي بدأوا قراءة المدونات منذ أقل من سنة، و**32.26%** بدأوا قراءتها من سنة إلى ثلاث سنوات، و**9.68%** بدأوا قراءتها من ثلاث إلى خمس سنوات.

أما بالنسبة للمستوى الجامعي فإن **60.8%** منهم بدأوا قراءة المدونات منذ أقل من سنة و24.3% بدأوا قراءتها من سنة إلى ثلاث سنوات، و**19.4%** من ثلاث إلى خمس سنوات.

أما الدراسات العليا فإن **40%** بدأوا قراءة المدونات منذ أقل من سنة، و**36.67%** بدأوا قراءتها من سنة إلى ثلاث سنوات، و**15%** من ثلاث إلى خمس سنوات و**18.33%** من خمس فأكثر.

ويلاحظ أنه لا يوجد اختلاف في ذلك حسب الجنس حيث أن أكبر نسبة ذكور ثانويين هي **58.82%** بدأوا قراءة المدونات منذ أقل من سنة، مثلهم مثل الإناث من نفس المستوى بنسبة **57.14%** .

أما أكبر نسبة ذكور جامعيين فهي **65.79%** وهم أيضا بدأوا قراءة المدونات منذ أقل من سنة مثل الإناث من نفس المستوى بنسبة **55.56%**.

أما أكبر نسبة ذكور من الدراسات العليا هي **42.86%** بدأوا قراءة المدونات منذ أقل من سنة، ونفس النسبة من سنة إلى 3سنوات، أما الإناث من نفس المستوى فقد بلغت نسبتهن **37.50%** وهن يقرأن المدونات منذ أقل من سنة.

ومنه فإنه لا توجد هناك فروق ذات دلالة إحصائية بين أفراد العينة، حيث أن كا2 المحسوبة تساوي (**94.1**)، وهي أصغر من كا2 الجدولية (**24.99**)، تحت درجة حرية (**15**) عند مستوى دلالة (**0.05**)، وبمستوى ثقة **95**%.

يتضح من خلال الجدول(52) أن **36.22%** من أفراد العينة يقضون أقل من ساعة في قراءة المدونات،تليها نسبة **33.16%** من ساعة إلى ساعتين، و**30.61%** من ثلاث ساعات فأكثر. ويعود ذلك إلى كون المادة أو المقالات التي تحتويها المدونات عادة ما تكون قصيرة ومختصرة ولا تحتاج لوقت كبير لقراءتها.

ويلاحظ أن **40.32%** من قراء المدونات من المستوى الثانوي يقضون من ثلاث ساعات فأكثر في قراءة المدونات، و**35.48%** يقضون في ذلك من ساعة إلى ساعتين و**24.19%** يقضون في ذلك أقل من ساعة.

أما المستوى الجامعي فإن **39.2%** يقضون ثلاث ساعات فأكثر في القراءة، و**33.8%** يقضون ثلاث ساعات فأكثر، و**27%** يقضون من ساعة إلى ساعتين في قراءة المدونات.

أما مستوى الدراسات العليا فإن **45%** يقضون أقل من ساعة في قراءتهم للمدونات و**38.33%** من ساعة إلى ساعتين، و**16.67%** يقضون ثلاث ساعات فأكثر.

ويلاحظ أن أكبر نسبة ذكور ثانويين هي **44.12%** يقضون من ساعتين إلى ثلاث ساعات، في حين أكبر نسبة إناث من نفس المستوى هي **35.71%** تقضين من ساعة إلى ساعتين في قراءة المدونات، ونفس النسبة تقضين ثلاث ساعات فأكثر.

أما أكبر نسبة ذكور جامعيين فهي **39.47%** وهم يقضون أقل من ساعة في القراءة مثلهم مثل أكبر نسبة إناث جامعيات وهي **38.89%**.

وبالنسبة لأكبر نسبة ذكور من الدراسات العليا فهي **42.86%** وهم يقضون أقل من ساعة مثلهم مثل أكبر نسبة إناث من نفس المستوى وهي **46.88%**.

ومنه فإن هناك فروق ذات دلالة إحصائية بين أفراد العينة، ومنه فإن كا2 المحسوبة تساوي (**28.53**)، وهي أكبر من كا2 الجدولية (**18.30**)، تحت درجة حرية (**10**) عند مستوى دلالة (**0.05**)، وبمستوى ثقة **95%**.

يتضح من خلال الجدول(53) أن **29.57%** من أفراد العينة يقرؤون المدونات كل أيام الأسبوع، و**23.91%** يقرؤونها يوم الجمعة، و**18.70%** يقرؤونها يوم السبت، و**8.70%** يوم الثلاثاء، و**8.26%**، يوم الخميس، و**4.35%** يوم الاثنين، و**3.48%** يوم الأحد و**3.04%** يوم الأربعاء.

وجاءت أكبر نسبة يقرؤون المدونات كل أيام الأسبوع كون أن قراءة المدونات بالنسبة لمن يرتادها تصبح عادة، وتدفع الفرد لقراءتها يوميا للإطلاع على جديدها.

ويلاحظ أن **23.08%** من أفراد العينة من المستوى الثانوي يقرؤون المدونات يوم الجمعة، و**21.79%** يوم السبت، ونفس النسبة كل أيام الأسبوع، و**11.54%** يوم الثلاثاء و**7.69%** يوم الاثنين، و**6.41%** يوم الخميس، و**3.48%** يوم الأربعاء.

أما المستوى الجامعي فإن **32.05%** يقرؤونها كل أيام الأسبوع، و**24.36%** يوم الجمعة، و**19.23%** يوم السبت، و**8.97%** يوم الثلاثاء، و**5.13%** يوم الخميس و**3.85%** يوم الأربعاء، ونفس النسبة يوم الاثنين.

وبالنسبة لمستوى الدراسات العليا فإن **28.38%** يقرؤونها كل أيام الأسبوع و**24.32%** يوم الجمعة، و**21.62%** يوم السبت، و**13.51%** يوم الخميس، و**5.41%** يوم الثلاثاء، و**1.35%** يوم الاثنين، ونفس النسبة يوم الأربعاء.

ويلاحظ أن أكبر نسبة ذكور ثانويين هي **26.67%** وهم يقرؤون المدونات يوم السبت في حين أكبر نسبة إناث من نفس المستوى قدرت ب**30.30%** ويقرأن المدونات كل أيام الأسبوع.

أما أكبر نسبة ذكور جامعيين فهي **32.5%** وهم يقرؤون المدونات كل أيام الأسبوع مثلهم مثل أكبر نسبة للإناث والمقدرة ب**31.58%**.

في حين أكبر نسبة ذكور من الدراسات العليا فهي **29.27%** وهم يقرؤون المدونات يوم الجمعة، في حين أكبر نسبة إناث قدرت ب**36.36%** يقرأن المدونات كل أيام الأسبوع.

ومنه فإن هناك فروق ذات دلالة إحصائية بين أفراد العينة وفقا لمتغيري الجنس والمستوى التعليمي، حيث أن كا2 المحسوبة تساوي (**53.34**)، وهي أصغر من كا2 الجدولية (**37.65**)، تحت درجة حرية (**25**)، عند مستوى دلالة (**0.05**)، وبمستوى ثقة **95%**.

يتضح من الجدول(54) أن **43.66%** من أفراد العينة يقرؤون المدونات ليلا و**20.66%** بعد منتصف الليل، و**17.33%** مساءا، و**10.33%** زوالا، و**7.98%** صباحا ويأتي هذا لأن أكثر فترة تتميز بالهدوء هي فترة الليل وكذا تعد من الفترات التي يكون فيها القارئ متفرغ للقراءة.

ويلاحظ أن **50%** من أفراد العينة من المستوى الثانوي يقرؤون المدونات ليلا و**19.12%** يقرؤونها بعد منتصف الليل، و**14.71%** مساءا، و**10.29%** يقرؤونها صباحا و**5.88%** يقرؤونها زوالا.

أما المستوى الجامعي فإن **42.3%** يقرؤونها ليلا، و**21.8%** بعد منتصف الليل و**20.5%** مساءا، و**10.3%** زوالا، و**5.13%** صباحا.

أما الدراسات العليا فإن **38.81%** يقرؤونها ليلا، **20.90%** بعد منتصف الليل، **16.42%** مساءا، و**14.93%** زوالا، و**8.96%** صباحا.

ويلاحظ أن أكبر نسبة ذكور ثانويين هي **47.37%** وهم يقرؤون المدونات ليلا مثلهم مثل أكبر نسبة إناث في نفس المستوى والتي قدرت ب**53.33%**.

أما أكبر نسبة ذكور جامعيين فهي **41.46%** وهم يقرؤونها ليلا مثلهم مثل أكبر نسبة إناث جامعيات والتي قدرت ب**43.24%**.

وبالنسبة لأكبر نسبة ذكور من الدراسات العليا فهي **38.71%** وهم أيضا يقرؤون المدونات ليلا مثلهم مثل أكبر نسبة للإناث في نفس المستوى وهي **38.89%**.

ومنه فإنه لا توجد هناك فروق ذات دلالة إحصائية بين أفراد العينة، ومنه فإن كا2 المحسوبة تساوي (**22.10**)، وهي أصغر من كا2 الجدولية (**31.41**)، تحت درجة حرية (**20**) عند مستوى دلالة (**0.05**)، وبمستوى ثقة **95%**.

يتضح من خلال الجدول(55) أن **45.75%** من أفراد العينة يقرؤون المدونات في المنزل و**24.06%** يقرؤونها في مقهى الانترنت، و**17.45%** يقرؤونها في أماكن الدراسة و**12.74%** في أماكن العمل.

وتقرأ أكبر نسبة المدونات في المنزل كون أن الآونة الأخيرة شبكة الانترنت أصبحت متاحة في المنازل،كذلك ربما المنزل يوفر إمكانية اختيار الوقت المناسب والظروف الملائمة للقراءة.

ويلاحظ أن **55.38%** من أفراد العينة من المستوى الثانوي يقرؤون المدونات في المنزل و26.15% في مقهى الانترنت، و**10.77%** في أماكن الدراسة و**7.69%** في العمل.

أما بالنسبة للمستوى الجامعي فإن **43.5%** يقرؤونها في المنزل، و**28.2%** في مقهى الانترنت، و**18.8%** في أماكن الدراسة، و**9.41%** في أماكن العمل.

أما بالنسبة للدراسات العليا فإن **46.15%** يقرؤون المدونات في المنزل، **26.92%** في العمل ونفس النسبة في أماكن الدراسة و**19.23%** في مقهى الانترنت.

ويلاحظ أن أكبر نسبة ذكور ثانويين هي **43.24%** ويقرؤون المدونات في المنزل مثلهم مثل أكبر نسبة إناث من نفس المستوى وهي **71.43%**.

كما أن نسبة الذكور الجامعيين هي **34.69%** ويقرؤون المدونات في المنزل مثلهم مثل أكبر نسبة إناث جامعيات وهي **55.56%**.

ونفس الشيء بالنسبة لأكبر نسبة ذكور من الدراسات العليا وهي **50%** ويقرؤون أيضا المدونات في المنزل مثلهم مثل أكبر نسبة إناث من نفس المستوى وهي **43.75%**.

ومنه فإنه لا توجد هناك فروق ذات دلالة إحصائية بين أفراد العينة، ومنه فإن كا2 المحسوبة تساوي (**23.01**)، وهي أصغر من كا2 الجدولية (**24.99**)، تحت درجة حرية (**15**) عند مستوى دلالة (**0.05**)، وبمستوى ثقة **95%**.

يتضح من خلال الجدول(56) أن **74.16%** من أفراد العينة يقرؤون المدونات بمفردهم، **21.05%** يقرؤونها مع الأصدقاء والزملاء، و**4.78%** مع أفراد العائلة.

ويلاحظ أن **77.94%** من أفراد العينة الثانويين يقرؤون المدونات بمفردهم، و**17.65%** مع الأصدقاء، و**4.41%** مع أفراد العائلة.

أما المستوى الجامعي فإن **70.4%** يقرؤونها بمفردهم، و**25.9%** مع الأصدقاء و**3.7%** يقرؤونها مع أفراد العائلة.

وفي مستوى الدراسات العليا فإن **75%** منهم يقرؤونها بمفردهم، و**18.33%** يقرؤونها مع الأصدقاء، و**6.67%** يقرؤونها مع العائلة.

ويلاحظ أن أكبر نسبة ذكور ثانويين هي **67.57%** وهم يقرؤون المدونات بمفردهم مثلهم مثل أكبر نسبة للإناث من نفس المستوى وهي **90.32%**.

أما أكبر نسبة ذكور جامعيين فهي **70.73%** ويقرؤون المدونات بمفردهم مثلهم مثل أكبر نسبة للإناث الجامعيات وهي **70.4%**.

أما بالنسبة لمستوى الدراسات العليا فإن أكبر نسبة للذكور هي **71.43%** والذين يقرؤون المدونات بمفردهم مثلهم مثل أكبر نسبة للإناث من نفس المستوى وهي **78.13%**.

ومنه فإنه لا توجد هناك فروق ذات دلالة إحصائية بين أفراد العينة، ومنه فإن كا2 المحسوبة تساوي (**07.8**)، وهي أصغر من كا2 الجدولية (**18.30**)، تحت درجة حرية (**10**) عند مستوى دلالة (**0.05**)، وبمستوى ثقة **95%**.

يتضح من خلال الجدول(57) أن **20.79%** من أفراد العينة يزورون المدونات على موقع مكتوب، و**20.53%** على موقع blog dz، و**18.95%** على موقع blogger و**16.05%** على موقع word press، و**8.68%** على موقع جيران، و**6.32%** على موقع مجالسنا، و5.79% على موقع تدوين .

ويعود ذلك لشهرة كل من موقع مكتوب و blog dz وكذا موقع blogger وتعد من المواقع الأولى التي فتحت فضاءات لاستضافة المدونات.

ويلاحظ أن **21.31%** من أفراد العينة من المستوى الثانوي يزورون المدونات على موقع مكتوب، و**17.21%** على موقع جيران، و**16.39%** على موقع blog dz، و**15.57%** على موقع blogger، و**10.66%** على موقع wordpress، و**8.20%** على موقع مجالسنا .

أما المستوى الجامعي فإن **25.5%** يزورون المدونات على موقع مكتوب، و**17.9%** على موقع blog dz، ونفس النسبة على موقع blogger، و**14.5%** على موقع wordpress، و**8.97%** على موقع تدوين، و**6.21%** على موقع جيران .

أما مستوى الدراسات العليا فإن **28.32%** منهم يزورون المدونات على موقع blog dz، و**23.89%** على موقع blogger، ونفس النسبة على موقع wordpress و**14.16%** على موقع مكتوب.

ويلاحظ أن أكبر نسبة ذكور ثانويين هي **19.18%** ويزورون المدونات على موقع مكتوب مثلهم مثل أكبر نسبة إناث في نفس المستوى وهي **24.49%**.

أما أكبر نسبة ذكور جامعيين فهي **23.08%** وهم أيضا يزورون المدونات على موقع مكتوب مثلهم مثل أكبر نسبة إناث جامعيات وهي **28.36%**.

في حين أكبر نسبة ذكور من الدراسات العليا بلغت **28.57%** وهم يزورون المدونات على موقع wordpress، في الوقت الذي تزور فيه أكبر نسبة إناث من الدراسات العليا وهي **33.33%** المدونات على موقع blog dz.

ومنه فإن هناك فروق ذات دلالة إحصائية بين أفراد العينة وفقا لمتغيري الجنس والمستوى التعليمي، ومنه فإن كا2 المحسوبة تساوي (**167.17**) وهي أكبر من كا2 الجدولية (**37.65**) تحت درجة حرية (**25**) عند مستوى دلالة (**0.05**) وبمستوى ثقة **95%**.

يتضح من خلال الجدول(58) أن **23.33%** من أفراد العينة يقرؤون المدونات العلمية و**20.33%** يقرؤون المدونات الثقافية المتنوعة، و**15.33%** يقرؤون المدونات الاجتماعية و**13.33%** يقرؤون المدونات الأدبية، و**11.33%** يقرؤون المدونات الرياضية، و**8.67%** يقرؤون المدونات السياسية، و**7.67%** يقرؤون المدونات الفنية.

ويلاحظ أن **28.13%** من أفراد العينة من المستوى الثانوي يقرؤون المدونات الثقافية المتنوعة، و**17.71%** يقرؤون المدونات الرياضية، و**14.58%** يقرؤون المدونات الاجتماعية و**13.54%** يقرؤون المدونات العلمية، و**11.46%** يقرؤون المدونات الأدبية، و**7.29%** يقرؤون المدونات السياسية، ونفس النسبة يقرؤون المدونات الفنية.

أما المستوى الجامعي فإن **23.81%** منهم يقرؤون المدونات العلمية، و**18.1%** يقرؤون المدونات الأدبية، **16.19%** يقرؤون المدونات الثقافية المتنوعة، ونفس النسبة يقرؤون المدونات الاجتماعية، و**10.48%** يقرؤون المدونات الرياضية، و**8.57%** يقرؤون المدونات الفنية، و**6.66%** يقرؤون المدونات السياسية.

أما مستوى الدراسات العليا فإن **32.32%** يقرؤون المدونات العلمية، و**17.17%** يقرؤون المدونات الثقافية المتنوعة، و**15.15%** يقرؤون المدونات الاجتماعية، و**12.12%** يقرؤون المدونات السياسية، و**10.10%** يقرؤون المدونات الأدبية، و**7.07%** يقرؤون المدونات الأدبية، و**6.06%** يقرؤون المدونات الرياضية.

ويلاحظ أن أكبر نسبة ذكور ثانويين هي **29.82%** يقرؤون المدونات الثقافية المتنوعة مثلهم مثل أكبر نسبة إناث من نفس المستوى وهي **25.64%**.

وأكبر نسبة ذكور جامعيين هي **21.82%** يقرؤون المدونات العلمية مثلهم مثل أكبر نسبة إناث جامعيات بنسبة**26%**.

وهو نفس النوع الذي تقرأه أكبر نسبة ذكور من الدراسات العليا وهي **30.61%** وكذلك أكبر نسبة إناث من الدراسات العليا التي هي **34%**.

ومنه فإن هناك فروق ذات دلالة إحصائية بين أفراد العينة وفقا لمتغير المستوى التعليمي، ومنه فإن كا2 المحسوبة تساوي (**45.02**) وهي أكبر من كا2 الجدولية (**37.65**) تحت درجة حرية (**25**) عند مستوى دلالة (**0.05**) وبمستوى ثقة **95%**.

يتضح من خلال الجدول(59) أن **40.82%** من أفراد العينة يقرؤون من مدونتين إلى ثلاث مدونات، ونفس النسبة يقرؤون أربع مدونات فأكثر، و**18.37%** يقرؤون مدونة واحدة.

ويلاحظ أن **38.71%** من أفراد العينة من المستوى الثانوي يقرؤون أربع مدونات فأكثر في الزيارة الواحدة، و**37.10%** يقرؤون من مدونتين إلى ثلاث مدونات، و**24.19%** يقرؤون مدونة واحدة.

أما المستوى الجامعي فإن **51.4%** يقرؤون من مدونتين إلى ثلاث مدونات، و**27%** يقرؤون أربع مدونات فأكثر و**21.6%** يقرؤون مدونة واحدة.

وفي مستوى الدراسات العليا فإن **60%** يقرؤون أربع مدونات فأكثر، و**31.67%** يقرؤون من مدونتين إلى ثلاث مدونات، و**8.33%** يقرؤون مدونة واحدة.

ويلاحظ أن أكبر نسبة ذكور ثانويين هي **44.12%** وهم يقرؤون من مدونتين إلى ثلاث مدونات، في حين بلغت أكبر نسبة للإناث في نفس المستوى **50%** ويقرأن أربع مدونات فأكثر.

أما أكبر نسبة ذكور جامعيين فهي **52.63%** يقرؤون من مدونتين إلى ثلاث مدونات مثلهم مثل أكبر نسبة إناث جامعيات والتي قدرت ب**50%**.

أما أكبر نسبة ذكور من الدراسات العليا فقد بلغت **71.43%** وهم يقرؤون أربع مدونات فأكثر مثلهم مثل أكبر نسبة للإناث من نفس المستوى والتي قدرت ب **50%**.

ومنه فإن هناك فروق ذات دلالة إحصائية بين أفراد العينة وفقا لمتغيري الجنس والمستوى التعليمي، ومنه فإن كا2 المحسوبة تساوي (**91.66**)، وهي أكبر من كا2 الجدولية (**18.30**) تحت درجة حرية (**10**)، عند مستوى دلالة (**0.05**)، وبمستوى ثقة **95%**.

يتضح من خلال الجدول(60) أن **40.85%** من أفراد العينة يقرؤون المدونات العربية و**31.91%** يقرؤون المدونات الجزائرية، و**27.23%** يقرؤون المدونات الأجنبية.

وذلك لانتشار المدونات العربية على الشبكة بشكل كبير، خاصة على المواقع التي يرتادها الجزائريون مثل موقع مكتوب مثلا.

ويلاحظ أن **53.03%** من أفراد العينة من المستوى الثانوي يقرؤون المدونات العربية، و**28.79%** يقرؤون المدونات الجزائرية، و**18.18%** يقرؤون المدونات الأجنبية.

أما المستوى الجامعي فإن **50%** منهم يقرؤون المدونات العربية، و**26.6%** يقرؤون المدونات الجزائرية، و**23.4%** يقرؤون المدونات الأجنبية.

أما مستوى الدراسات العليا فإن **41.33%** منهم يقرؤون المدونات الجزائرية، و**40%** يقرؤون المدونات الأجنبية، و**18.67%** يقرؤون المدونات العربية.

ويلاحظ أن أكبر نسبة ذكور ثانويين هي **55.56%** وهم يقرؤون المدونات العربية مثلهم مثل أكبر نسبة إناث في نفس المستوى والتي قدرت ب **50%**.

وكذلك أكبر نسبة ذكور جامعيين وهي **48.08%** يقرؤون المدونات العربية مثلهم مثل أكبر نسبة إناث جامعيات وهي **52.38%**.

أما أكبر نسبة ذكور من الدراسات العليا قدرت ب**45.95%** يقرؤون المدونات الجزائرية، في حين أكبر نسبة إناث من نفس المستوى هي **42.11%** يقرأن المدونات الأجنبية.

ومنه فإن هناك فروق صغيرة ذات دلالة إحصائية بين أفراد العينة وفقا لمتغيري الجنس والمستوى التعليمي، ومنه فإن كا2 المحسوبة تساوي (**23.29**)، وهي أكبر من كا2 الجدولية (**18.30**)، تحت درجة حرية (**10**)، عند مستوى دلالة (**0.05**)، وبمستوى ثقة **95%**.

يتضح من خلال الجدول(61) أن **21.69%** من أفراد عينة الدراسة يقرؤون المدونات الجزائرية لأنها تقدم معلومات متخصصة، تليها نسبة **20.48%** يقرؤونها لأنها تهتم بكل المجالات الحيوية، و**19.88%** يقرؤونها لأنها تعالج قضايا تهمهم، و**16.27%** لأنها تطرح مواضيع مهمة، و**12.05 %** لأنها مدونات احترافية، و**9.63%** لأنها تقدم معلومات صادقة.

ويلاحظ من خلال الجدول أيضا أن **23.40%** من أفراد العينة من المستوى الثانوي يقرؤون المدونات الجزائرية لأنها تقدم معلومات متخصصة، ونفس النسبة لأنها تطرح مواضيع مهمة، و**21.28%** لأنها تعالج قضايا تهمهم، و**17.02%** لأنها تهتم بكل المجالات الحيوية، **8.51%** لأنها تقدم معلومات صادقة، و**6.38%** لأنها مدونات احترافية.

أما أفراد العينة من المستوى الجامعي فإن **22.64%** منهم يقرؤون المدونات الجزائرية لأنها تعالج قضايا تهمهم، و**20.75%** منهم يقرؤونها لأنها تقدم معلومات متخصصة، نفس النسبة لأنها تهتم بكل المجالات الحيوية، و**13.21%** لأنها مدونات احترافية ونفس النسبة لأنها تطرح مواضيع مهمة.

أما أفراد العينة من مستوى الدراسات العليا فإن **22.73%** منهم يقرؤون المدونات الجزائرية لأنها تهتم بكل المجالات الحيوية، **21.21%** يقرؤونها لأنها تقدم معلومات متخصصة، و **16.67%** لأنها تعالج قضايا تهمهم، **15.15%** لأنها مدونات احترافية، و**13.64%** لأنها تطرح مواضيع مهمة.

ويلاحظ أن أكبر نسبة ذكور ثانويين هي **34.78%** وهم يقرؤون المدونات الجزائرية لأنها تطرح مواضيع مهمة، في حين أكبر نسبة إناث من نفس المستوى هي **25%** يقرأن المدونات الجزائرية لأنها تعالج قضايا تهمهن ونفس النسبة تقرأنها لأنها تهتم بكل المجالات الحيوية.

أما أكبر نسبة ذكور جامعيين فهي **25.81%** ويقرؤون المدونات الجزائرية لأنها تعالج قضايا تهمهم، في حين أكبر نسبة إناث جامعيات قدرت ب**22.73%** يقرأنها لأنها تطرح مواضيع مهمة وبنسبة مساوية لها يقرأنها لأنها تهتم بكل المجالات الحيوية.

أما أكبر نسبة ذكور دراسات عليا فهي **22.86%** يقرؤون المدونات الجزائرية لأنها تهتم بكل المجالات الحيوية، في حين أكبر نسبة إناث من نفس المستوى قدرت ب **22.58%** يقرأنها لأنها تهتم بكل المجالات الحيوية وبنسبة مساوية لها تقدم معلومات متخصصة.

ومنه فإن هناك فروق ذات دلالة إحصائية بين أفراد العينة وفقا لمتغيري الجنس والمستوى التعليمي، ومنه فإن كا2 المحسوبة تساوي (**56.05**)، وهي أكبر من كا2 الجدولية (**37.65**) تحت درجة حرية (**25**)، عند مستوى دلالة (**0.05**)، وبمستوى ثقة **95%**.

يتضح من خلال الجدول(62) أن **36.23%** من أفراد العينة لا يقرؤون المدونات الجزائرية لأنها ليست احترافية، و19.32% لا يقرؤونها لأن مصادرها غير موثوقة، و16.91% لا يقرؤونها لأنها لا تتعمق في طرح المواضيع، و15.46% لأنها تعالج قضايا لا تهمهم و14.98% لأنها تقدم معلومات خاطئة.

ويلاحظ أن أفراد العينة من المستوى الثانوي هي 20.55% منهم لا يقرؤون المدونات الجزائرية لأنها ليست احترافية، و19.18% لا يقرؤونها لأن مصادرها غير موثوقة، و17.81% لا يقرؤونها لأنها لا تتعمق في طرح المواضيع، و16.44% لأنها تقدم معلومات خاطئة و13.70% لأنها تعالج قضايا لا تهمهم، و12.33% لأنها تطرح مواضيع تافهة.

أما أفراد العينة من المستوى الجامعي فإن 20.45% منهم لا يقرؤون المدونات الجزائرية لأن مصادرها غير موثوقة، و18.18% لا يقرؤونها لأنها تطرح مواضيع تافهة، و17.05% لأنها تعالج قضايا لا تهمهم، و15.91% لأنها ليست احترافية، و14.77% لأنها لا تتعمق في طرح المواضيع، و13.64% لأنها تقدم معلومات خاطئة.

أما أفراد العينة من مستوى الدراسات العليا فإن 19.57% لا يقرؤون المدونات الجزائرية لأنها تطرح مواضيع تافهة، ونفس النسبة لأنها لا تتعمق في طرح المواضيع، و17.39% لأن مصادرها غير موثوقة، و15.22% لأنها تعالج قضايا لا تهمهم، ونفس النسبة لأنها تقدم معلومات خاطئة، و13.04% لأنها ليست احترافية.

ويلاحظ أن أكبر نسبة ذكور ثانويين هي 21.62% لا يقرؤون المدونات الجزائرية لأنها ليست احترافية، ونفس النسبة لأن مصادرها غير موثوقة، في حين أكبر نسبة إناث من نفس المستوى بلغت 19.44% ولا يقرأن المدونات الجزائرية لأنها ليست احترافية، ونفس النسبة لأنها لا تتعمق في طرح المواضيع.

أما أكبر نسبة ذكور جامعيين فهي 19.61% ولا يقرؤون المدونات الجزائرية لأن مصادرها غير موثوقة مثلهم مثل أكبر نسبة إناث من نفس المستوى وهي 21.62%.

أما أكبر نسبة ذكور من الدراسات العليا فهي 23.81% ولا يقرؤون المدونات الجزائرية لأنها لا تتعمق في طرح المواضيع، في حين أكبر نسبة إناث من نفس المستوى هي 24% ولا يقرأن المدونات الجزائرية لأنها تطرح مواضيع تافهة.

ومنه فإن هناك فروق ذات دلالة إحصائية بين أفراد العينة وفقا لمتغيري الجنس والمستوى التعليمي، ومنه فإن كا2 المحسوبة تساوي (**48.87**) وهي أكبر من كا2 الجدولية (**37.65**) تحت درجة حرية (**25**) عند مستوى دلالة (**0.05**) وبمستوى ثقة **95%**.

يتضح من خلال الجدول(63) أن **41.03%** من أفراد العينة يقرؤون المدونات باللغة العربية، وبنسبة مقاربة **40.89%** باللغة الفرنسية، و**17.81%** يقرؤونها باللغة الانجليزية.

وجاءت النسبتين الكبيرتين متقاربتين بين اللغة الفرنسية والعربية، كون أن اللغتين من اللغات الأكثر تداولا في الجزائر.

ويلاحظ من خلال الجدول أن **52.86%** من أفراد العينة من المستوى الثانوي يقرؤون المدونات باللغة العربية، و**34.29%** يقرؤونها بالفرنسية، و**12.86%** يقرؤونها بالانجليزية.

أما أفراد العينة من المستوى الجامعي فإن **43%** منهم يقرؤونها باللغة العربية، و**39%** باللغة الفرنسية، و**18.2%** يقرؤونها باللغة الانجليزية.

أما أفراد العينة من مستوى الدراسات العليا فإن **49.35%** منهم يقرؤون المدونات باللغة الفرنسية، و**28.57%** يقرؤونها باللغة العربية، و**22.08%** يقرؤونها بالانجليزية.

كما يلاحظ أن أكبر نسبة ذكور ثانويين هي **52.63%** وهم يقرؤون المدونات باللغة العربية مثلهم مثل أكبر نسبة إناث من نفس المستوى والتي بلغت **52.86%**.

أما أكبر نسبة ذكور جامعيين فهي **46.15%** ويقرؤون المدونات باللغة العربية، في حين أكبر نسبة إناث من نفس المستوى هي **39.58%** ويقرأنها باللغة الفرنسية.

أما أكبر نسبة ذكور من الدراسات العليا فقد بلغت **48.65%** ويقرؤون المدونات باللغة الفرنسية مثلهم مثل أكبر نسبة إناث من الدراسات العليا والتي بلغت **50%**.

ومنه فإن هناك فروق ذات دلالة إحصائية بين أفراد العينة وفقا لمتغيري الجنس والمستوى التعليمي، ومنه فإن كا2 المحسوبة تساوي (**25.51**)، وهي أكبر من كا2 الجدولية (**18.30**) تحت درجة حرية (**10**)، عند مستوى دلالة (**0.05**)، وبمستوى ثقة **95%**.

من خلال الجدول(64) يتضح أن **15.81%** من أفراد العينة يحملون من المدونات الكتب، وبنسبة مقاربة **15.20%** يحملون مقاطع الفيديو، و**13.98%** يحملون البحوث و**12.77%** يحملون المقالات المتخصصة، و**12.46%** يحملون الأفلام، و**10.94%** يحملون الأخبار، و**9.42%** يحملون الصور ونفس النسبة يحملون الأغاني.

ويلاحظ من خلال الجدول أن **25.71%** من أفراد العينة من المستوى الثانوي يحملون من المدونات مقاطع الفيديو، و**17.14%** يحملون الأفلام، و**14.29%** يحملون الصور و**12.38%** يحملون الأخبار، و**8.57%** يحملون المقالات المتخصصة، و**7.62%** يحملون الأغاني، و**4.76%** يحملون البحوث.

أما أفراد العينة من المستوى الجامعي فإن **16.9%** منهم يحملون البحوث من المدونات وبنسبة مقاربة جدا هي **16.10%** يحملون المقالات المتخصصة، و**13.6%** يحملون الكتب و**12.7%** يحملون الأغاني، ونفس النسبة يحملون الأفلام، و**11.9%** يحملون مقاطع الفيديو و**8.47%** يحملون الأخبار، و**7.63%** يحملون الصور.

أما أفراد العينة من مستوى الدراسات العليا فإن **24.53%** منهم يحملون الكتب من المدونات، و**16.98%** يحملون المقالات المتخصصة، و**16.04%** يحملون البحوث و**12.26%** يحملون الأخبار، و**8.49%** يحملون مقاطع الفيديو، و**7.55%** يحملون الأغاني ونفس النسبة يحملون الأفلام، و**6.60%** يحملون الصور.

ويلاحظ أن أكبر نسبة ذكور ثانويين هي **26.79%** يحملون مقاطع الفيديو من المدونات مثلهم مثل أكبر نسبة إناث من نفس المستوى وهي **24.49%**.

أما أكبر نسبة ذكور جامعيين **16.95%** يحملون المقالات المتخصصة من المدونات، أما أكبر نسبة إناث جامعيات فهي **16.95%** تحملن البحوث ونفس النسبة تحملن المقالات المتخصصة.

أما أكبر نسبة ذكور من الدراسات العليا فهي **23.53%** يحملون الكتب من المدونات مثلهم مثل أكبر نسبة إناث من الدراسات العليا وهي **25.45%**.

ومنه فإن هناك فروق ذات دلالة إحصائية بين أفراد العينة وفقا لمتغيري الجنس والمستوى التعليمي، ومنه فإن كا2 المحسوبة تساوي (**44.77**)، وهي أكبر من كا2 الجدولية (**37.65**)، تحت درجة حرية (**25**)، عند مستوى دلالة (**0.05**)، وبمستوى ثقة **95%**.

يتضح من خلال الجدول(65) أن **41.47%** من أفراد العينة يحملون ما يهمهم في المدونة، و**30.28%** يطبعون ما يهمهم، و**17.43%** يقرؤونه فقط، و**10.55%** يكتبونه بأيديهم.

ويلاحظ أن **41.79%** من أفراد العينة من المستوى الثانوي يحملون ما يهمهم في المدونة و**29.85%** يطبعون ما يهمهم في المدونة، و**14.93%** يقرؤونه فقط، و**13.43%** يكتبونه بأيديهم.

وبالنسبة لأفراد العينة من المستوى الجامعي فإن **39.5%** منهم يحملون ما يهمهم في المدونة، و**28.4%** يطبعونه و**22.2%** يقرؤونه فقط، و**9.88%** يكتبونه بأيديهم.

وبالنسبة لأفراد العينة من مستوى الدراسات العليا فإن **44.29%** يحملون ما يهمهم في المدونات، و**32.86%** منهم يطبعونه، و**14.29%** يقرؤونه فقط، و**8.57%** يكتبونه بأيديهم.

ويلاحظ أن أكبر نسبة ذكور ثانويين **43.24%** يحملون ما يهمهم في المدونات مثلهم مثل أكبر نسبة إناث من نفس المستوى والتي قدرت ب **40%**.

ونفس الشيء بالنسبة لأكبر نسبة ذكور جامعيين والتي هي **41.86%** والإناث بنسبة **36.84%**.

وحتى أكبر نسبة ذكور من الدراسات العليا التي قدرت ب**44.12%** يحملون ما يهمهم في المدونات مثلهم مثل أكبر نسبة إناث من الدراسات العليا والمقدرة ب **44.44%**.

ومنه فإنه لا توجد هناك فروق ذات دلالة إحصائية بين أفراد العينة، ومنه فإن كا2 المحسوبة تساوي (**4.56**)، وهي أصغر من كا2 الجدولية (**24.99**، تحت درجة حرية (**15**) عند مستوى دلالة (**0.05**)، وبمستوى ثقة **95%**.

يتضح من خلال الجدول(66) أن **40.95%** من أفراد العينة أكثر ما يقرؤونه في المدونات هي المقالات، تليها نسبة **32.38%** يقرؤون العناوين، و**26.67%** يقرؤون التعاليق.

ويلاحظ أن **41.54%** من أفراد العينة من المستوى الثانوي يقرؤون المقالات، تليها نسبة **30.77%** يقرؤون العناوين، و**27.69%** يقرؤون التعليقات.

كما أن **36.6%** من أفراد العينة من المستوى الجامعي يقرؤون العناوين وبنسبة قريبة جدا هي **35.4%** يقرؤون المقالات، و**28%** يقرؤون التعليقات.

أما أفراد من المستوى الدراسات العليا فإن **47.62%** منهم يقرؤون المقالات و**28.57%** يقرؤون العناوين، و**23.81%** يقرؤون التعليقات.

ويلاحظ أن أكبر نسبة ذكور ثانويين هي **44.44%** يقرؤون المقالات مثلهم مثل أكبر نسبة إناث من نفس المستوى والتي هي **37.93%**.

أما أكبر نسبة ذكور جامعيين فهي **36.36%** يقرؤون العناوين، في حين تقرأ أكبر نسبة إناث العناوين والمقالات بنفس النسبة والمقدرة ب**36.84%**.

أما أكبر نسبة ذكور دراسات عليا هي **46.67%** يقرؤون المقالات مثلهم مثل أكبر نسبة إناث **48.48%**.

ومنه فإنه توجد هناك بعض الفروق ذات الدلالة الإحصائية بين أفراد العينة وفقا لمتغيري الجنس والمستوى التعليمي، ومنه فإن كا2 المحسوبة تساوي (**28.04**) وهي أكبر من كا2 الجدولية (**18.30**) تحت درجة حرية (**10**) عند مستوى دلالة (**0.05**) وبمستوى ثقة **95%**.

يتضح من الجدول (67) أن **34.73%** من أفراد العينة يستخدمون أرشيف المدونة، تليها نسبة **33.89%** وهي قريبة من الأولى يستخدمون محرك البحث عن أرشيف المدونة و**31.38%** يستخدمون روابط المدونة.

ويلاحظ أن **39.71%** من المستوى الثانوي يستخدمون أرشيف المدونة، و**38.24%** يستخدمون روابط المدونة، و**22.06%** يستخدمون محرك البحث عن أرشيف المدونة.

أما بالنسبة للمستوى الجامعي فإن **34.3%** يستخدمون أرشيف المدونة، ونفس النسبة يستخدمون محرك البحث عن أرشيف المدونة، و**31.3%** يستخدمون روابط المدونة.

أما بالنسبة لمستوى الدراسات العليا فإن **44.44%** يستخدمون محرك البحث عن أرشيف المدونة، و**30.56%** يستخدمون أرشيف المدونة، و**22.22%** يستخدمون روابط المدونة.

ويلاحظ أن أكبر نسبة ذكور ثانويين **40.54%** يستخدمون أرشيف المدونة، أما أكبر نسبة إناث من نفس المستوى فيستخدمن بنسبتين متساويتين **38.71%** كلا من أرشيف المدونة وروابط المدونة.

أما أكبر نسبة ذكور جامعيين **36.36%** يستخدمون محرك البحث عن أرشيف المدونة في حين أكبر نسبة إناث جامعيات هي **36.36%** يستخدمن محرك البحث عن أرشيف المدونة.

أما أكبر نسبة ذكور دراسات عليا فهي **52.94%** يستخدمون محرك البحث عن أرشيف المدونة مثلهم مثل أكبر نسبة إناث دراسات عليا والمقدرة ب**36.84%**.

ومنه فإن هناك فروق ذات دلالة إحصائية بين أفراد العينة وفقا لمتغيري الجنس والمستوى التعليمي، ومنه فإن كا2 المحسوبة تساوي (**10.67**) وهي أكبر من كا2 الجدولية (**18.30**) تحت درجة حرية (**10**) عند مستوى دلالة (**0.05**) وبمستوى ثقة **95%**.

يتضح من خلال الجدول(68) أن **36.37%** من أفراد العينة يعلقون على مضمون المدونة أحيانا، **19.90%** يعلقون عليها نادرا، و**17.35%** يعلقون عليها غالبا،و**13.78%** لا يعلقون عليها، و**12.24%** يعلقون على مضمون المدونات دائما.

ويلاحظ أن **37.10%** من أفراد العينة من المستوى الثانوي يعلقون على المدونات أحيانا و19.35% يعلقون عليها غالبا، وبنسبة مساوية أي **14.52%** لكل من دائما، نادرا، أبدا.

أما بالنسبة للمستوى الجامعي فإن **36.49%** يعلقون أحيانا على المدونات، و**22.97%** يعلقون نادرا على المدونات، و**13.51%** يعلقون دائما على المدونات و**8.11%** لا يعلقون على المدونات.

أما بالنسبة لمستوى الدراسات العليا فإن **36.67%** منهم يعلقون أحيانا على المدونات و**21.67%** منهم يعلقون نادرا على المدونات، و**20%** لا يعلقون على المدونات و**13.33%**يعلقون غالبا على المدونات، و**8.33%** يعلقون دائما على المدونات.

ويلاحظ أن أكبر نسبة ذكور ثانويين هي **28.57%** وهم يعلقون أحيانا على المدونات مثلهم مثل أكبر نسبة إناث ثانوي**28.57%**.

أما أكبر نسبة ذكور جامعيين هي **36.84%** وهم يعلقون أحيانا على المدونات مثلهم مثل أكبر نسبة إناث جامعيات **36.11%**.

كذلك أكبر نسبة ذكور من الدراسات العليا هي **42.86%** وهم أيضا يعلقون أحيانا على المدونات مثلهم مثل أكبر نسبة إناث من نفس المستوى 31.25%.

ومنه فإنه لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين أفراد العينة، ومنه فإن كا2 المحسوبة تساوي (**14.71**) وهي أصغر من كا2 الجدولية (**31.41**) تحت درجة حرية (**20**) عند مستوى دلالة (**0.05**) وبمستوى ثقة **95%**.

يتضح من خلال الجدول(69) أن **22.94%** من أفراد العينة يعلقون على المدونات لرغبتهم في مشاركة المدون في الموضوع، وبنسبة قريبة جدا هي **22.02%** يعلقون على المدونات لإضافة تفاصيل مكملة، ونفس النسبة للتعليق على موضوع يستفزهم، و**18.35%** لأنهم يعرفون المدون.

ويلاحظ من خلال الجدول أن **29.73%** من أفراد العينة من المستوى الثانوي يعلقون على الموضوع لرغبتهم مشاركة المدون في الموضوع، **24.32%** يعلقون على المدونات لأن الموضوع يستفزهم، و**21.62%** لإضافة تفاصيل مكملة، و**13.51%** لشكر المدون و**10.81%** لأنهم يعرفون المدون.

أما بالنسبة للمستوى الجامعي فإن **23.08%**يعلقون على المدونات لأنهم يريدون مشاركة المدون في الموضوع ونفس النسبة لإضافة تفاصيل مكملة، و**20.51%** لأنهم يعرفون المدون، ونفس النسبة للتعليق على موضوع يستفزهم، و**12.82%** لشكر المدون.

أما مستوى الدراسات العليا فإن **25%** منهم يعلقون على موضوع المدونات لأنهم يعرفون المدون، و**21.88%** لإضافة تفاصيل مكملة، ونفس النسبة للتعليق على موضوع يستفزهم، و**15.63%** لمشاركة المدون في الموضوع، ونفس النسبة لشكر المدون.

ويلاحظ أن أكبر نسبة ذكور ثانويين هي **31.58%** ويعلقون على المدونات لأنهم يريدون مشاركة المدون في الموضوع مثلهم مثل أكبر نسبة إناث من نفس المستوى وهي **27.78%**.

ويلاحظ أن أكبر نسبة ذكور جامعيين هي **23.81%** يعلقون على المدونات لأنهم يعرفون المدون، ونفس النسبة لإضافة تفاصيل مكملة في حين أكبر نسبة إناث من نفس المستوى وهي **27.78%** لأنهم يودون مشاركة المدون في الموضوع.

أما أكبر نسبة ذكور من الدراسات العليا هي **25%** ويعلقون على المدونات لأنهم يعرفون المدون ونفس النسبة للتعليق على موضوع يستفزهم، في حين أكبر نسبة إناث من نفس المستوى وهي **25 %** يعلقون لأنهم يعرفون المدون ونفس النسبة لإضافة تفاصيل مكملة.

ومنه فإن هناك فروق صغيرة ذات دلالة إحصائية بين أفراد العينة وفقا لمتغيري الجنس والمستوى التعليمي، ومنه فإن كا2 المحسوبة تساوي (**33.63**)، وهي أكبر بقليل من كا2 الجدولية (**31.41**)، تحت درجة حرية (**20**)، عند مستوى دلالة (**0.05**)، وبمستوى ثقة **95%**.

يتضح من خلال الجدول(70) أن **42.41%** من أفراد العينة لا يعلقون على المدونات لأنه لا يوجد حافز للتعليق، و**33.54%** لا يعلقون لأن التعليق بالنسبة لهم عملية مملة و**24.05%** لا يعلقون لأن المدونين لا يرحبون بوجهات النظر.

ويلاحظ أن **40.45%** من أفراد العينة من المستوى الثانوي لا يعلقون على المدونات لأنه لا يوجد حافز للتعليق، و**32.43%** لا يعلقون لأن التعليق بالنسبة لهم عملية مملة و**27.03%** لا يعلقون لأن المدونين لا يرحبون بوجهات النظر.

أما أفراد العينة من المستوى الجامعي فإن **42.1%** لا يعلقون على المدونات لأنه لا يوجد حافز للتعليق، و**33.3%** لا يعلقون لأن التعليق عملية مملة، و**24.6%** لأن المدونين لا يرحبون بوجهات النظر.

وبالنسبة لمستوى الدراسات العليا فإن **43.75%** لا يعلقون لأنه لا يوجد حافز لذلك، و **34.38%** لأن التعليق عملية مملة، و**21.88%** لأن المدونين لا يرحبون بوجهات النظر.

ويلاحظ أن أكبر نسبة ذكور ثانويين هي **35.29%** وهم لا يعلقون لعدم وجود حافز لذلك ونفس النسبة لأن التعليق ممل، في حين أكبر نسبة إناث من نفس المستوى هي **45%** ولا يعلقن لعدم وجود حافز للتعليق.

كما أن أكبر نسبة ذكور جامعيين هي **37.50%** وهم لا يعلقون لعدم وجود حافز لذلك ونفس النسبة لأن التعليق عملية مملة، في حين أكبر نسبة إناث من نفس المستوى هي **42.01%** ولا يعلقن لعدم وجود حافز لذلك.

كما أن أكبر نسبة ذكور دراسات عليا هي **44.83%** وهم لا يعلقون لأنه لا يوجد حافز لذلك مثلهم مثل أكبر نسبة إناث من نفس المستوى هي **42.86%**.

ومنه فإنه لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين أفراد العينة، ومنه فإن كا2 المحسوبة تساوي (**6.52**) وهي أصغر بقليل من كا2 الجدولية (**18.30**)، تحت درجة حرية (**10**)، عند مستوى دلالة (**0.05**)، وبمستوى ثقة **95**%.

يتضح من خلال الجدول (71) أن دوافع قراءة المدونات وفقا لمتغير الجنس جاءت كالآتي:

بالنسبة للذكور:

- جاءت الدوافع المعرفية في المرتبة الأولى بمجموع 484
- تليها الدوافع الإعلامية في المرتبة الثانية بمجموع 455
- ثم الدوافع الاجتماعية بمجموع 407
- بعدها في المرتبة الرابعة الدوافع الترفيهية بمجموع 379
- ثم في المرتبة الخامسة الدوافع السياسية بمجموع 355
- وفي الأخير الدوافع النفسية بمجموع 341

بالنسبة للإناث :

- الدوافع المعرفية في المرتبة الأولى بمجموع 424
- تليها الدوافع الاجتماعية في المرتبة الثانية بمجموع 385
- ثم الدوافع الإعلامية بمجموع 342
- تليها الدوافع الترفيهية في المرتبة الرابعة بمجموع 332
- ثم الدوافع السياسية بمجموع 327
- وفي الأخير الدوافع النفسية بمجموع 307

ونلاحظ أن هناك اختلاف في ترتيب الدوافع بين الذكور ، لكنهما يتفقان في وضعهما للدوافع المعرفية في المرتبة الأولى، ويعود ذلك لكون المدونات كثيرا ما تفيد في تحميل الكتب والبحوث والدراسات خاصة المتخصصة منها.

يتضح من خلال الجدول (72) أن ترتيب دوافع قراءة المدونات وفقا لمتغير المستوى التعليمي جاءت كالآتي:

بالنسبة للمستوى الثانوي:

- جاءت الدوافع المعرفية في المرتبة الأولى بمجموع 281
- تليها الدوافع الترفيهية بمجموع 258
- و في المرتبة الثالثة الدوافع النفسية بمجموع 248
- ثم الدوافع الاجتماعية بمجموع 228
- تليها الدوافع الإعلامية بمجموع 227
- وفي الأخير الدوافع السياسية بمجموع 186

وبالنسبة للمستوى الجامعي جاء الترتيب كالآتي:

- الدوافع المعرفية في المرتبة الأولى بمجموع 338
- تليها الدوافع الاجتماعية بمجموع 326
- الدوافع الترفيهية بمجموع 307
- ثم الدوافع الإعلامية بمجموع 272
- وفي المرتبة الخامسة الدوافع السياسية بمجموع 248
- وفي المرتبة الأخيرة الدوافع النفسية بمجموع 245

بالنسبة لمستوى الدراسات العليا:

- جاءت الدوافع المعرفية في المرتبة الأولى بمجموع 290
- تليها الدوافع الإعلامية بمجموع 265
- ثم الدوافع السياسية بمجموع 233
- بعدها جاءت الدوافع الاجتماعية الرابعة بمجموع 229
- ثم الدوافع النفسية بمجموع 222
- وفي الأخير الترفيهية بمجموع 209

يتضح من خلال الجدول(73) أن **25.83%** من أفراد العينة يقرؤون المدونات لزيادة ثقافتهم العامة، وبنسبة قريبة جدا هي **25.50%** لكونها مصدر للمعلومات، **18.21%** لأنها تزودهم بمعلومات علمية، و**17.55%** لتساعدهم في انجاز البحوث، و**12.91%** لأنها تقدم تحاليل تفيدهم.

ويلاحظ أن **29.79%** من أفراد العينة من الثانويين يقرؤون المدونات لأنها تزيد من ثقافتهم العامة، و**28.72%** لأنها مصدر للمعلومات و**19.75%** لأنها تزودهم بمعلومات علمية و**11.70%** لأنها تقدم تحاليل تفيدهم و**10.64%** لأنها تساعدهم في انجاز البحوث.

أما المستوى الجامعي فإن **25.49%** منهم يقرؤون المدونات لأنها تزيد من ثقافتهم العامة و**24.51%** لأنها مصدر للمعلومات، و**22.55%** لأنها تساعدهم في انجاز البحوث و**17.65%** لأنها تزودهم بمعلومات علمية، و**9.80%** لأنها تقدم تحاليل تفيدهم.

وبالنسبة لمستوى الدراسات العليا فإن 23.58% منهم يعتبرونها مصدرا للمعلومات و**22.64%** لأنها تزيد من ثقافتهم العامة، و**18.87%** لأنها تساعدهم في انجاز البحوث و**17.92%** لأنها تزودهم بمعلومات علمية، و**16.98%** لأنها تقدم تحاليل تفيدهم.

ويلاحظ أن أكبر نسبة ذكور ثانويين هي **29.41%** يعتبرونها مصدرا للمعلومات ونفس النسبة يقرؤونها لأنها تزيد من ثقافتهم العامة، في حين أكبر نسبة إناث من نفس المستوى هي **30.32%** لأنها تساعدهم في انجاز البحوث.

ويلاحظ أن أكبر نسبة ذكور جامعيين هي **25%** وهم يعتبرونها مصدرا للمعلومات ونفس النسبة يقرؤونها لأنها تزيد من ثقافتهم العامة، في حين أكبر نسبة إناث من نفس المستوى هي **28.26%** لأنها تساعدهم في انجاز البحوث.

ويلاحظ أن أكبر نسبة ذكور من الدراسات العليا هي **24.49**% وهم يعتبرونها مصدرا للمعلومات أيضا، ونفس النسبة يقرؤونها لأنها تزيد من ثقافتهم العامة، في حين أكبر نسبة إناث من نفس المستوى هي **22.81**% لأنها مصدر للمعلومات.

ومنه فإن هناك بعض الفروق الصغيرة ذات الدلالة الإحصائية بين أفراد العينة وفقا لمتغير الجنس والمستوى التعليمي، ومنه فإن كا2 المحسوبة تساوي (**32.35**)، وهي أكبر بقليل من كا2 الجدولية (**31.41**)، تحت درجة حرية (**20**)، عند مستوى دلالة (**0.05**)، وبمستوى ثقة **95**%.

يتضح من خلال الجدول(74) أن **31.72%** من أفراد العينة يقرؤون المدونات للإطلاع على التحاليل التي لا تقدمها وسائل الإعلام، و**28.19%** يقرؤونها لحرية الرأي السياسي و**25.55%** لأنها تكشف أسرار سياسية خفية، و**14.54%** للإلمام بمستجدات القضايا السياسية.

ويلاحظ أن **32.35%** من أفراد العينة من المستوى الثانوي يقرؤون المدونات للإطلاع على تحاليل لا تقدمها وسائل الإعلام، و**30.88%** لأنها تكشف أسرار سياسية خفية و**20.59%** لحرية الرأي السياسي، و**16.18%** للإلمام بمستجدات القضايا السياسية.

أما بالنسبة للمستوى الجامعي فإن **32.94%** يقرؤون المدونات لأنها توفر حرية الرأي السياسي، و**31.76%** للإطلاع على تحاليل لا تقدمها وسائل الإعلام، و**21.18%** لأنها تكشف أسرار سياسية خفية، و**14.12%** للإطلاع على مستجدات القضايا السياسية.

أما مستوى الدراسات العليا فإن **31.08%** يقرؤون المدونات للإطلاع على تحاليل لا تقدمها وسائل الإعلام، و**29.73%** لحرية الرأي السياسي، و**25.68%** لأنها تكشف أسرار سياسية خفية و**13.51%** للإلمام بمستجدات القضايا السياسية.

ويلاحظ أن أكبر نسبة ذكور ثانويين هي **32.43%** وهم يقرؤون المدونات للإطلاع على تحاليل لا تقدمها وسائل الإعلام، ونفس النسبة لأنها تكشف أسرار سياسية خفية أما أكبر نسبة إناث من نفس المستوى هي **32.26%** يقرأن المدونات للإطلاع على تحاليل لا تقدمها وسائل الإعلام.

ويلاحظ أن أكبر نسبة ذكور جامعيين هي **33.33%** وهم يقرؤون المدونات لحرية الرأي السياسي، في حين أكبر نسبة إناث من نفس المستوى هي **32.50%** ويقرأن المدونات لحرية الرأي السياسي ونفس النسبة للإطلاع على تحاليل لا تقدمها وسائل الإعلام.

ويلاحظ أن أكبر نسبة ذكور من الدراسات العليا هي **30.30%** وهم يقرؤون المدونات لحرية الرأي السياسي، ونفس النسبة للإطلاع على تحاليل لا تقدمها وسائل الإعلام، في حين أكبر نسبة إناث من الدراسات العليا هي **31.71%** ويقرأن المدونات للإطلاع على تحاليل لا تقدمها وسائل الإعلام.

ومنه فإن هناك فروق صغيرة ذات دلالة إحصائية بين أفراد العينة وفقا لمتغيري الجنس والمستوى التعليمي، ومنه فإن كا2 المحسوبة تساوي (**25.69**)، وهي أكبر بقليل من كا2 الجدولية (**24.99**)، تحت درجة حرية (**15**)، عند مستوى دلالة (**0.05**)، وبمستوى ثقة **95%**.

نلاحظ من خلال الجدول(75) أن **29.36%** يقرؤون المدونات لملأ الفراغ و**25.69%** للتخلص من الروتين، و**24.31%** لتحقيق العادة، و**20.64%** للتخلص من الوحدة.

ويلاحظ أن **30.56%** من أفراد العينة من المستوى الثانوي يقرؤون المدونات للتخلص من الوحدة، و**27.78%** للتخلص من الروتين، و**25%** لتحقيق العادة و**19.75%** للتخلص من الوحدة.

أما بالنسبة للمستوى الجامعي فإن **34.57%** يقرؤون المدونات لملأ الفراغ، و23.46% للتخلص من الروتين، و**22.22%** لتحقيق العادة، و**19.75%** للتخلص من الوحدة.

أما مستوى الدراسات العليا فإن **36.92%** يقرؤون المدونات لملأ الفراغ، و**26.15%** للتخلص من الروتين ونفس النسبة لتحقيق العادةن و**10.77%** للتخلص من الوحدة.

ويلاحظ أن أكبر نسبة ذكور ثانويين هي **32.43%** يقرؤون المدونات للتخلص من الروتين، في حين أكبر نسبة إناث من نفس المستوى هي **34.29%** يقرأنها للتخلص من الوحدة.

ويلاحظ أن أكبر نسبة ذكور جامعيين هي **35.71%** يقرؤون المدونات لملأ الفراغ مثلهم مثل أكبر نسبة إناث من نفس المستوى هي **33.35%** .

أما أكبر نسبة ذكور من الدراسات العليا هي **35.71%** يقرؤون المدونات لملأ الفراغ مثلهم مثل أكبر نسبة إناث من نفس المستوى هي **37.84%** .

ومنه فإن هناك فروق ذات دلالة إحصائية بين أفراد العينة وفقا لمتغيري الجنس والمستوى التعليمي، ومنه فإن كا2 المحسوبة تساوي (**28.3**) وهي أكبر من كا2 الجدولية (**24.99**) تحت درجة حرية (**15**) عند مستوى دلالة (**0.05**) وبمستوى ثقة **95%**.

يتضح من خلال الجدول(76) أن **28.39%** من أفراد العينة يقرؤون المدونات للتواصل مع غيرهم، و**27.54%** لكسب أصدقاء جدد، و**22.88%** لإقامة علاقات اجتماعية افتراضية و**21.19%** لإيجاد حلول للمشكلات الاجتماعية.

ويلاحظ أن **27.85%** من أفراد العينة من المستوى الثانوي يقرؤون المدونات لإقامة علاقات اجتماعية افتراضية، وجاءت الأغراض الاجتماعية المتبقية بنسب متساوية قدرت ب**24.05%**.

أما بالنسبة للمستوى الجامعي فإن **32.14%** يقرؤون المدونات لكسب أصدقاء جدد و**30.95%** للتواصل مع الغير، و**19.05%** لإيجاد حلول للمشكلات الاجتماعية و**17.86%** لإقامة علاقات اجتماعية افتراضية.

أما بالنسبة للدراسات العليا فإن **30.14%** يقرؤون المدونات للتواصل مع الغير و**26.03%** لكسب أصدقاء جدد، و**23.29%** لإقامة علاقات اجتماعية افتراضية و**20.55%** لإيجاد حلول للمشكلات الاجتماعية.

ويلاحظ أن أكبر نسبة ذكور ثانويين هي **28.57%** يقرؤون المدونات لإقامة علاقات اجتماعية افتراضية مثلهم مثل أكبر نسبة إناث من نفس المستوى والمقدرة ب**27.03%**.

أما أكبر نسبة ذكور جامعيين هي **30.43%** يقرؤون المدونات بغرض التواصل مع الغير ونفس النسبة بغرض كسب أصدقاء جدد، في حين أكبر نسبة إناث من نفس المستوى والمقدرة ب**34.21%** يقرأن المدونات بغرض كسب أصدقاء جدد.

ويلاحظ أن أكبر نسبة ذكور من الدراسات العليا هي **30.30%** يقرؤونها بغرض التواصل مع الغير، في حين أكبر نسبة إناث من نفس المستوى والمقدرة ب**30%** يقرأن المدونات للتواصل مع الغير وبنفس النسبة لكسب أصدقاء جدد.

ومنه فإنه توجد هناك فروق صغيرة ذات دلالة إحصائية بين أفراد العينة وفقا لمتغيري الجنس والمستوى التعليمي، ومنه فإن كا2 المحسوبة تساوي (**26.49**) وهي أكبر بقليل من كا2 الجدولية (**24.99**) تحت درجة حرية (**15**) عند مستوى دلالة (**0.05**) وبمستوى ثقة **95%**.

يتضح من خلال الجدول(77) أن **25.23%** من أفراد العينة يقرؤون المدونات للإطلاع على مختلف وجهات النظر، وبنسبة **19.72%** لإبداء الآراء، وبنسبة **19.27%** لأنها تعتبر بديلا عن وسائل الإعلام، وبنسبة **17.89%** لمعرفة الأخبار المحلية والدولية وبنفس النسبة لقراءة مختلف التحاليل الإعلامية.

ويلاحظ أن **30.30%** من أفراد العينة من الثانويين يقرؤون المدونات للإطلاع على مختلف وجهات النظر، و**27.27%** لمعرفة الأخبار المحلية والدولية، تليها نسبة **13.64%** لقراءة مختلف التحاليل الإعلامية ونفس النسبة لإبداء الآراء.

أما بالنسبة للمستوى الجامعي فإن **24.68%** يقرؤون المدونات للإطلاع على مختلف وجهات النظر ونفس النسبة للمشاركة بإبداء الرأي، و**22.08%** لأنها بديل عن وسائل الإعلام و19.48% لقراءة مختلف التحاليل الإعلامية.

أما بالنسبة لمستوى الدراسات العليا فإن **21.62%** منهم يقرؤون المدونات للإطلاع على مختلف وجهات النظر، تليها نسبة **20.27%** بغرض قراءة مختلف التحاليل الإعلامية، ونفس النسبة بغرض إبداء الرأي، و**18.92%** يقرؤونها لمعرفة الأخبار المحلية والدولية ونفس النسبة لأنهم يعتبرونها بديلا عن وسائل الإعلام.

ويلاحظ أن أكبر نسبة ذكور ثانويين هي **39.39%** يقرؤون المدونات للإطلاع على مختلف وجهات النظر، في حين أكبر نسبة إناث من نفس المستوى هي 24.24% ويقرأن المدونات لمعرفة الأخبار المحلية والدولية.

ويلاحظ أن أكبر نسبة ذكور جامعيين هي **25.64%** يقرؤون المدونات بغرض المشاركة بإبداء الآراء وبنفس النسبة للإطلاع على مختلف وجهات النظر مثلهم مثل أكبر نسبة إناث من نفس المستوى هي **23.68%** .

أما أكبر نسبة ذكور من الدراسات العليا هي **25.71%** يقرؤون المدونات للإطلاع على مختلف وجهات النظر، في حين أكبر نسبة إناث من الدراسات العليا هي **23.08%** قراءة مختلف التحاليل الإعلامية ونفس النسبة للمشاركة بإبداء الآراء.

ومنه فإنه توجد هناك فروق صغيرة ذات دلالة إحصائية بين أفراد العينة وفقا لمتغير الجنس، ومنه فإن كا2 المحسوبة تساوي (**32.11**) وهي أكبر بقليل من كا2 الجدولية (**31.41**) تحت درجة حرية (**20**) عند مستوى دلالة (**0.05**) وبمستوى ثقة **95%**.

يتضح من خلال الجدول(78) أن **36.62%** من أفراد العينة يقرؤون المدونات لتمضية الوقت، و**29.11%** للتسلية، و**17.84%** لقراءة الخواطر، و**16.43%** لتحميل الموسيقى ومقاطع الفيديو.

ويلاحظ أن **29.69%** من أفراد العينة من المستوى الثانوي يقرؤون المدونات لتمضية الوقت، و**28.13%** لقراءة الخواطر، و**21.88%** لتحميل الموسيقى ومقاطع الفيديو و**20.31%** للتسلية.

أما بالنسبة للمستوى الجامعي فإن **29.21%** يقرؤون المدونات لتمضية الوقت، و**26.97%** للتسلية، و**22.47%** لتحميل الموسيقى، ومقاطع الفيديو، و**21.35%** لقراءة الخواطر.

أما بالنسبة لمستوى الدراسات العليا فإن **55%** يقرؤونها لتمضية الوقت، و**41.67%** للتسلية.

ويلاحظ أن أكبر نسبة ذكور ثانويين هي **30.30%** يقرؤونها لتمضية الوقت ونفس النسبة لقراءة الخواطر، في حين أكبر نسبة إناث من نفس المستوى هي **25.81%** لتحميل الموسيقى ومقاطع الفيديو، ونفس النسبة لقراءة الخواطر.

أما بالنسبة لأكبر نسبة ذكور جامعيين فهي **30.43%** يقرؤون المدونات لتمضية الوقت في حين أكبر نسبة إناث جامعيات هي **27.91%** لتمضية الوقت ونفس النسبة للتسلية.

أما أكبر نسبة ذكور من الدراسات العليا هي **64.29%** لتمضية الوقت، في حين أكبر نسبة إناث من الدراسات العليا هي **46.88%** لتمضية الوقت ونفس النسبة للتسلية.

ومنه فإنه توجد هناك فروق ذات دلالة إحصائية بين أفراد العينة وفقا لمتغيري الجنس والمستوى التعليمي، ومنه فإن كا2 المحسوبة تساوي (**31.14**)، وهي أكبر بقليل من كا2 الجدولية (**24.99**)، تحت درجة حرية (**15**)، عند مستوى دلالة (**0.05**)، وبمستوى ثقة **95**%.

نلاحظ من خلال الجدول(79) أن **43.88%** من أفراد العينة يثقون أحيانا في معلومات المدونة، تليها نسبة **20.92%** يثقون فيها نادرا، و**14.29%** يثقون فيها غالبا، و**11.75%** يثقون فيها دائما و**9.69%** لا يثقون في معلوماتها.

ويلاحظ أن **25.81%** من أفراد العينة من المستوى الثانوي يثقون في معلومات المدونة غالبا، ونفس النسبة يثقون فيها أحيانا، و**24.19%** يثقون فيها دائما، و**14.52%** يثقون فيها نادرا، و**9.68%** لا يثقون فيها.

أما بالنسبة للمستوى الجامعي فإن **51.35%** منهم يثقون في معلومات المدونات أحيانا و**16.22%** يثقون فيها نادرا، و**13.51%** يثقون فيها غالبا، و**12.16%** لا يثقون فيها.

أما بالنسبة لمستوى الدراسات العليا فإن **53.33%** منهم يثقون فيها أحيانا و**33.33%** يثقون فيها نادرا، و**6.67%** لا يثقون بها.

ويلاحظ أن أكبر نسبة ذكور ثانويين هي **23.53%** يثقون دائما في معلومات المدونات ونفس النسبة يثقون فيها أحيانا، في حين أكبر نسبة إناث ثانوي هي **28.57%** ويثقن أحيانا في معلومات المدونات.

أما أكبر نسبة ذكور جامعيين هي **52.63%** يثقون أحيانا في معلومات المدونات مثلهم مثل أكبر نسبة إناث جامعيات وهي **50%**.

أما أكبر نسبة ذكور من الدراسات العليا فهي **53.57%** يثقون أحيانا في معلومات المدونات مثلهم مثل أكبر نسبة إناث من الدراسات العليا وهي **53.17%**.

ومنه فإنه توجد هناك فروق صغيرة ذات دلالة إحصائية بين أفراد العينة وفقا لمتغيري الجنس والمستوى التعليمي، ومنه فإن كا2 المحسوبة تساوي (**33.10**) وهي أكبر بقليل من كا2 الجدولية (**31.41**) تحت درجة حرية (**20**) عند مستوى دلالة (**0.05**) وبمستوى ثقة **95%**.

يتضح من خلال الجدول(80) أن **45.61%** من أفراد العينة لا يثقون في معلومات المدونات لأنها غالبا ما تكون مجهولة المصدر، تليها نسبة **39.47%** لا يثقون فيها لأن معلوماتها غير موثقة، و**14.91%** لأنها مجرد كلام.

ويلاحظ أن **56%** من أفراد العينة الثانويين لا يثقون فيها لأنها غالبا ما تكون مجهولة و**32%** لأن معلوماتها غير موثقة، و**12%** لأنها مجرد كلام.

أما بالنسبة للمستوى الجامعي فإن **43.14%** منهم لا يثقون في معلوماتها لأنها غالبا ما تكون مجهولة المصدر، و**39.22%** لأنها غير موثقة، و**17.65%** لأن معلوماتها مجرد كلام.

أما بالنسبة لمستوى الدراسات العليا فإن **44.74%** لا يثقون فيها لأن معلوماتها غير موثقة، و**42.11%** لأنها مجهولة المصدر، و**13.16%** لأنها مجرد كلام.

ويلاحظ أن أكبر نسبة ذكور ثانويين هي **46.15%** لا يثقون في معلومات المدونات لأنها مجهولة المصدر مثلهم مثل أكبر نسبة إناث من نفس المستوى وهي **66.67%**.

أما أكبر نسبة ذكور جامعيين هي **40%** ولا يثقون في معلوماتها لأنها مجهولة المصدر ونفس النسبة لأن معلوماتها غير موثقة في حين أكبر نسبة إناث جامعيات هي **46.15%** لا يثقون في معلوماتها لأنها غالبا ما تكون مجهولة المصدر.

أما أكبر نسبة ذكور دراسات عليا فهي **44.44%** لا يثقون فيها لأنها غالبا ما تكون مجهولة المصدر، ونفس النسبة لأنها غير موثقة في حين أكبر نسبة إناث من الدراسات العليا هي **45%** لأنها غير موثقة.

ومنه فإنه توجد هناك فروق ذات دلالة إحصائية بين أفراد العينة، ومنه فإن كا2 المحسوبة تساوي (**20.05**)، وهي أكبر بقليل من كا2 الجدولية (**18.30**)، تحت درجة حرية (**10**) عند مستوى دلالة (**0.05**)، وبمستوى ثقة **95%**.

يتضح من خلال الجدول(81) أن **52.04%** من أفراد العينة يريدون أن يبقوا على نفس الدرجة من قراءة المدونات، وأن **21.43%** يريدون أن يزيدوا من قراءة المدونات، و**18.88%** يريدون الإنقاص من قراءة المدونات، و**7.65%** يريدون أن يكفوا عن قراءتها.

ويلاحظ أن **53.23%** من أفراد العينة من المستوى الثانوي يريدون الإبقاء على نفس الدرجة من قراءة المدونات، و**22.58%** يريدون الزيادة من قراءتها، و**16.13%** يريدون الإنقاص من قراءتها، و**8.06%** يريدون أن يكفوا عن قراءتها.

أما بالنسبة للمستوى الجامعي فإن **52.70%** منهم يريدون أن يبقوا على نفس الدرجة من قراءة المدونات، و**24.32%** يريدون الزيادة من قراءتها، و**14.86%** يريدون الإنقاص من قراءتها، و**8.11%** يريدون أن يكفوا عن قراءتها.

أما بالنسبة لمستوى الدراسات العليا فإن **50%** منهم يريدون أن يبقوا على نفس الدرجة من قراءة المدونات، و**26.67%** يريدون الإنقاص من قراءتها، و**16.67%** يريدون أن يزيدوا من قراءتها، و**6.67%** يريدون الكف عن قراءتها.

ويلاحظ أن أكبر نسبة ذكور ثانويين هي **52.94%** يريدون الإبقاء على نفس الدرجة من قراءة المدونات مثلهم مثل أكبر نسبة إناث من نفس المستوى وهي **53.57%**.

كما أن أكبر نسبة ذكور جامعيين هي **55.26%** يريدون الإبقاء على نفس الدرجة من قراءة المدونات مثلهم مثل أكبر نسبة إناث من نفس المستوى وهي **50%**.

أن أكبر نسبة ذكور من الدراسات العليا هي **50%** يريدون الإبقاء على نفس الدرجة من قراءة المدونات مثلهم مثل أكبر نسبة إناث من نفس المستوى وهي **50%**.

ومنه فإنه لا توجد هناك فروق ذات دلالة إحصائية بين أفراد العينة، ومنه فإن كا2 المحسوبة تساوي (**5.6**)، وهي أصغر من كا2 الجدولية (**24.99**)، تحت درجة حرية (**15**)، عند مستوى دلالة (**0.05**)، وبمستوى ثقة **95%**.

يبين الجدول(7) أن نسبة **51.64 %** من عينة الدراسة يستخدمون الانترنت من 5 سنوات إلى 10 سنوات، ثم تأتي في المرتبة الثانية نسبة **45.60 %** يستخدمون الانترنت من 10 سنوات فأكثر، وتأتي في المرتبة الأخيرة نسبة **11.53%** من المبحوثين يستخدمون الانترنت منذ أقل من سنة .

وقد جاءت النسبة الأكبر بالنسبة لذوي المستوى الثانوي بنسبة **40.90%** يستخدمون الانترنت من سنة إلى خمس سنوات فأكثر، تليها في المرتبة الثانية **22.72 %** من المبحوثين في الثانوي يستخدمون الانترنت من 5 سنوات إلى 10 سنوات، وتأتي بعدها نسبة 20.45% يستخدمون الانترنت منذ عشر سنوات فأكثر، وتأتي في الأخير نسبة 15.90 % يستخدمون الانترنت منذ أقل من سنة.

أما بالنسبة للمستوى الجامعي فنسبة 42.10 %يستخدمون الانترنت من سنة إلى خمس سنوات، تليها نسبة 26.31 %يستخدمونها من 5 سنوات إلى 10 سنوات، ثم نسبة 18.42 % يستخدمونها منذ أكثر من 10 سنوات، وتأتي في المرتبة الأخيرة نسبة 13.15 %يستخدمونها منذ أقل من سنة.

في حين بالنسبة لمستوى ما بعد التدرج تأتي نسبة 46.15% يستخدمون الانترنت من سنة إلى 5 سنوات، تليها نسبة 32.69 % يستخدمونها من خمس سنوات إلى 10 سنوات، و بنسبة 10.34 % يستخدمونها من10 سنوات فأكثر، في حين 9.61 % يستخدمونها منذ أقل من سنة.

ومن خلال الجدول نلاحظ أن الذكور في المستوى الثانوي أجابوا بنسبة 43.47 % على أنهم يستخدمون الانترنت من سنة إلى خمس سنوات وهي أكبر نسبة مقارنة بالخيارات الأخرى، مثلهم مثل الإناث في نفس المستوى واللاتي سجلنا لديهن نسبة 34.87 % أجبن باستخدامهن للانترنت من سنة إلى خمس سنوات، في حين هناك اختلاف بين الجنسين في المستوى الجامعي حيث أجاب الذكور بأكبر نسبة على أنهم يستخدمون الانترنت من خمس سنوات إلى عشر

سنوات بنسبة 25 %، أما الإناث فقد أجبن بأكبر نسبة 42.10 % على أنهن يستخدمن الانترنت من سنة إلى خمس سنوات .

وهو الاختلاف الذي لاحظناه أيضا على الجنسين في مستوى الدراسات العليا؛ حيث سجلنا عند الذكور نسبة 51.72 % أجابوا على أنهم ستخدمون الانترنت من خمس سنوات إلى عشر سنوات، أما الإناث فأكبر نسبة 60.86 % أجبن بأنهن يستخدمن الانترنت من سنة إلى خمس سنوات.

ومنه فإن هناك فروق ذات دلالات إحصائية بين الجنسين في مختلف المستويات؛حيث أن كا2 المحسوبة تساوي(33.35) وهي أكبر من كا2 الجدولية التي تساوي (24.99)، تحت درجة الحرية (15) وبمستوى ثقة 95%

يتضح من خلال الجدول (8) أعلاه أن **22.41%** من أفراد العينة أجابوا بأن أهم دافع لاستخدامهم للانترنيت هو اكتساب معارف ومهارات جديدة، تليها نسبة **16.74%** أهم دافع لهم لاستخدامهم للانترنيت هو التعلم، وبنسبة قريبة أي **16%** أهم دافع لهم هو معرفة الأخبار المحلية والدولية و**15.02%** دافعهم هو المتعة والترفيه، و**13.79%** كان دافعهم هو انجاز البحوث، و**10.09%** لإقامة الصداقات.

وتأتي أكبر نسبة بهدف اكتساب معارف ومهارات جديدة لأن الانترنت اليوم تفتح الكثير من الفرص لاكتساب المعارف، من خلال مختلف الخدمات التي تقدمها، وهذا يتوافق ونظرية الاستخدامات والاشباعات؛ حيث أن الفرد يستخدم تكنولوجيا الاتصال لحاجات معرفية.

ونلاحظ أن **24.71%** من أفراد العينة من مستوى ثانوي يستخدمون الانترنت بدافع اكتساب معارف ومهارات جديدة، تليها نسبة **22.47%** بدافع التعلم، ثم **19.10%** بدافع المتعة والترفيه، ثم **11.23%** يستخدمونها لمعرفة الأخبار المحلية والدولية، ونفس النسبة لإقامة صداقات، و **10.11%** لانجاز البحوث.

أما بالنسبة للمستوى الجامعي فإن **19.61%** منهم دافعهم لاستخدام الانترنت هو اكتساب معارف ومهارات جديدة، تليها نسبة **18.18%** دافعهم المتعة والترفيه، ثم **17.70%** للتعلم، و**14.35%** لمعرفة الأخبار المحلية والدولية، ثم **13.87%** لانجاز البحوث و**11.96%** لإقامة صداقات.

أما بالنسبة لمستوى الدراسات العليا فإن **25.92%** منهم دافعهم هو اكتساب معارف ومهارات جديدة، تليها نسبة **23.14%** لمعرفة الأخبار المحلية والدولية ثم 16.16% لانجاز البحوث، بعدها **12.96%** للبحث عن فرص عمل، و **10.18%** للتعلم.

ونلاحظ من خلال الجدول أن أعلى نسبة ذكور ثانوي **27.27%** يستخدمون الانترنت بدافع اكتساب معارف ومهارات جديدة في حين أكبر نسبة إناث ثانوي **24.44%** دافعهن هو التعلم.

أما بالنسبة لأكبر نسبة ذكور من فئة الجامعيين **18.11%** كان دافعهم هو التعلم، وبنفس النسبة كان دافعهم اكتساب معارف ومهارات جديدة في حين أكبر نسبة إناث من فئة الجامعيين أيضا **21.95%** كان دافعهن اكتساب معارف ومهارات جديدة.

أما بالنسبة لأكبر نسبة ذكور من الدراسات العليا **29.85%** فقد كان دافعهم هو اكتساب معارف ومهارات جديدة، في حين أكبر نسبة إناث دراسات عليا **29.26%** فقد كان دافعهن هو الإطلاع على الأخبار المحلية والدولية.

ومنه فإن هناك فروق ذات دلالة إحصائية بين أفراد العينة وفقا لمتغير الجنس، ومنه فإن كا2 المحسوبة تساوي (**73.05**)، وهي أكبر من كا2 الجدولية (**37.65**)، تحت درجة حرية (**25**) عند مستوى دلالة (**0.05**)، وبمستوى ثقة **95**%.

يتضح من خلال الجدول(9) أن **25.81%** من أفراد العينة يفضلون خدمة البريد الالكتروني، تليها نسبة **24.18%** يفضلون خدمة نقل الملفات، و**18.62%** يفضلون خدمة الدردشة، و**14.05%** يفضلون خدمة مجموعات الأخبار، ثم خدمة الويب بنسبة **10.78%**.

وتأتي خدمة البريد الإلكتروني في المرتبة الأولى كون هذه الخدمة تسهل الاتصال ونقل الملفات وهي مستعملة في مختلف الخدمات الأخرى.

وبالنسبة للمستوى الثانوي فإن **32.09%** منهم يستخدمون خدمة الدردشة، تليها خدمة البريد الالكتروني بنسبة **29.62%**، ثم خدمة نقل الملفات بنسبة **18.51%**، تليها خدمة الويب بنسبة **13.58%**.

وبالنسبة للمستوى الجامعي فقد جاءت خدمة البريد الالكتروني في المرتبة الأولى بنسبة **23.02**%، تليها خدمتي الدردشة ونقل الملفات بنسبة **20.14%**، ثم خدمة مجموعات الأخبار بنسبة **18.70%**، بعدها خدمة الويب بنسبة **11.51%**.

أما بالنسبة لمستوى الدراسات العليا فإن **34.83%** منهم يفضلون خدمة نقل الملفات، تليها خدمة البريد الالكتروني بنسبة **25.84%**، ثم خدمة مجموعات الأخبار بنسبة **14.60%** بعدها خدمة الربط عن بعد بنسبة **11.23%**.

ونلاحظ أن أكبر نسبة ذكور من المستوى الثانوي هي **31.11%** يفضلون خدمة البريد الالكتروني، ونفس النسبة يفضلون خدمة الدردشة، في حين أن أكبر نسبة إناث من الثانويين هي **33.33%** يفضلن خدمة الدردشة.

أما بالنسبة للذكور الجامعيين فإن أكبر نسبة منهم **25.60%** يفضلون خدمة البريد الالكتروني، في حين أن أكبر نسبة إناث من فئة جامعيين تأتي عندهن خدمتي البريد الالكتروني ومجموعات الأخبار في المرتبة الأولى بنسبة **19.29%** لكل واحدة منهما.

أما بالنسبة لأكبر نسبة ذكور دراسات عليا **34.78%** يفضلون خدمة نقل الملفات مثلهم مثل أكبر نسبة إناث دراسات عليا بنسبة **37.05%**

ومن خلال الجدول نلاحظ أن هناك بعض الفروق بين أفراد العينة وفقا لمتغيري الجنس والمستوى التعليمي، ومنه فإن كا2 المحسوبة تساوي (**47.27**) وهي أكبر من كا2 الجدولية التي تساوي (**31.41**) تحت درجة الحرية (**20**) وعند مستوى الدلالة (**0.05**) وبمستوى ثقة **95%**.

يتضح من خلال الجدول(10) أن **25.27%** من أفراد العينة يقضون ساعتين في استخدام الانترنت، تليها نسبة **24.27%** يقضون ثلاث ساعات في استخدامها، ثم **22.52%** يقضون خمس ساعات فأكثر، في حين **15.83%** يقضون ساعة من الوقت في استخدام الانترنت، تليها نسبة **12.08%** من أفراد العينة يقضون خمس ساعات في استخدام الانترنت

وجاءت مدة ساعتين في المرتبة الأولى كون أن هذه المدة هي المعدل المناسب لصحة المستخدم، لأن الإكثار من استخدامها يؤثر على صحة الإنسان، ومدة ساعتين في نفس الوقت تكفي المستخدم للاستفادة من الانترنت.

ونلاحظ من خلال الجدول أن **31.81%** من مستخدمي الانترنت من المستوى الثانوي يقضون ثلاث ساعات من الزمن في استخدام الانترنت، تليها **27.27%** يستخدمونها لمدة ساعتين، ثم **18.18%** يستخدمونها لمدة خمس ساعات فأكثر، و**13.63%** يستخدمونها لمدة أربع ساعات.

أما بالنسبة للمستوى الجامعي فإن **27.90%** منهم يستخدمون الانترنت لمدة ساعة، في حين 25.58% منهم يستخدمونها لمدة خمس ساعات فأكثر، ثم **20.45%** يستخدمونها لمدة أربع ساعات تليها **18.60%** يستخدمونها لمدة ثلاث ساعات، و **17.44%** يستخدمونها لمدة ساعتين.

في حين **36.53%** من مستوى الدراسات العليا يقضون مدة ساعتين في استخدامهم للانترنيت، تليها نسبة **28.84%** يستخدمونها لمدة ثلاث ساعات و **21.15%** يستخدمونها لمدة خمس ساعات فأكثر، و **13.46%** يستخدمونها لمدة أربع ساعات، في حين لم تسجل أي مفردة تستخدم الانترنت لمدة ساعة.

ونلاحظ أن أكبر نسبة ذكور ثانوي يستخدمون الانترنت لمدة ساعتين بنسبة **26.08%**، ونفس النسبة يستخدمونها لمدة ثلاث ساعات، وكذا خمس ساعات فأكثر، في حين أكبر نسبة إناث ثانوي يستخدمن الانترنت لمدة ثلاث ساعات بنسبة **28.09%**.

أما بالنسبة لأكبر نسبة ذكور جامعي **31.25%** يستخدمون الانترنت لمدة ساعة في حين أن أكبر نسبة إناث من فئة الجامعيين **31.75%** يستخدمنها لمدة خمس ساعات فأكثر.

أما أكبر نسبة ذكور دراسات عليا **34.48%** يقضون مدة ثلاث ساعات في استخدامهم للانترنيت، في حين تقضي أكبر نسبة إناث دراسات عليا **43.47%** مدة ساعتين في استخدامهن للانترنيت.

ومن خلال الجدول يتضح أن هناك فروق ذات دلالة إحصائية بين أفراد العينة وفقا لمتغيري الجنس والمستوى التعليمي، ومنه فإن كا2 المحسوبة تساوي (**47.27**) وهي أكبر من كا2 الجدولية التي تساوي (**31.41**) تحت درجة الحرية (**20**) ومستوى الدلالة (**0.05**) وبمستوى ثقة **95%**.

يتضح من خلال الجدول (11) أن نسبة **47.25%** من أفراد العينة بدأوا التدوين من مدة سنة إلى ثلاث سنوات، تليها نسبة **26.92%** بدأوا التدوين منذ ثلاث سنوات فأكثر وبنسبة قريبة منها أي **25.82%** بدأوا التدوين منذ أقل من سنة.

وتأتي أكبر نسبة من سنة إلى ثلاث سنوات في الفترة التي بدأت فيها المدونات في الانتشار في الجزائر، وهي فترة قريبة جدا.

ويلاحظ أن **34.09%** من أفراد العينة من المستوى الثانوي بدأوا التدوين منذ أقل من سنة، ونفس النسبة بدأوا التدوين من سنة إلى ثلاث سنوات، وليس بفارق كبير عنها أي **31.81%** بدأوا التدوين منذ ثلاث سنوات فأكثر.

في حين **44.18%** من أفراد العينة الجامعيين بدأوا التدوين من سنة إلى ثلاث سنوات، تليها نسبة **29.06%** يدونون منذ أقل من سنة، ثم **26.74%** بدأو التدوين من ثلاث سنوات فأكثر.

أما بالنسبة لأفراد العينة من مستوى الدراسات العليا فإن نسبة **63.46%** بدأوا التدوين من سنة إلى ثلاث سنوات، تليها نسبة **23.07%**بدأو التدوين منذ ثلاث سنوات فأكثر ثم **13.46%** بدأوا التدوين منذ أقل من سنة.

ويلاحظ أن أكبر نسبة ذكور ثانوي **52.17%** بدأوا التدوين منذ أقل من سنة، في حين أكبر نسبة إناث من المستوى الثانوي بدأن التدوين من سنة إلى ثلاث سنوات بنسبة **57.14%**.

أما أكبر نسبة ذكور جامعي **41.66%** فقد بدأوا التدوين من سنة إلى ثلاث سنوات، مثلهم مثل أكبر نسبة إناث جامعيات بنسبة **47.36%**.

كما يلاحظ أكبر نسبة ذكور من الدراسات العليا **58.62%** بدأوا التدوين من سنة إلى ثلاث سنوات مثلهم مثل أكبر نسبة إناث بنسبة **69.56%**.

ومن خلال الجدول يتضح أن هناك فروق ذات دلالة إحصائية بين أفراد العينة وفقا لمتغيري الجنس والمستوى التعليمي، ومنه فإن كا2 المحسوبة تساوي (**30.13**) وهي أكبر من كا2 الجدولية التي تساوي (**18.30**)، تحت درجة حرية(**10**)، وبمستوى الدلالة (**0.05**)، وبمستوى ثقة **95%**.

يتضح من خلال الجدول(12) أن **63.29%** من أفراد العينة يملكون مدونة واحدة، تليها نسبة **23.62%** يملكون مدونتين، ثم **23.07%** يملكون ثلاث مدونات فأكثر.

وجاءت أكبر نسبة تملك مدونة واحدة وذلك بهدف القدرة على التحكم فيها، وفي التعليقات والمواضيع. وجاءت هذه النسبة متوافقة مع دراسة عصام منصور التي جاء فيها أن معظم المشتركين كانوا يملكون مدونة واحدة.

ويلاحظ أن **59.09%** من أفراد العينة مستوى ثانوي يملكون مدونة واحدة فقط، تليها نسبة 22.72% يملكون مدونتين في حين أن نسبة **18.18%** يملكون ثلاث مدونات.

أما بالنسبة للمستوى الجامعي فإن **88.63%** من أفراد العينة يملكون مدونة واحدة، تليها نسبة **32.55%** يملكون ثلاث مدونات فأكثر ثم **22.09%** يملكون مدونتين.

ويلاحظ أيضا أن **61.53%** من أفراد العينة من مستوى الدراسات العليا يملكون مدونة واحدة، و **30.76%** منهم يملكون مدونتين، و **7.69%** منهم يملكون ثلاث مدونات فأكثر.

ويلاحظ أن أكبر نسبة ذكور ثانوي **42.82%** يملكون مدونة واحدة مثلهم مثل أكبر نسبة إناث من المستوى الثانوي بنسبة **71.42%**.

أما بالنسبة لأكبر نسبة ذكور جامعي **43.75%** يملكون مدونة واحدة مثلهم مثل أكبر نسبة إناث جامعي بنسبة **47.36%**.

أما أكبر نسبة ذكور من مستوى الدراسات العليا **58.62%** يملكون مدونة واحدة مثلهم مثل أكبر نسبة إناث دراسات عليا بنسبة **65.21%**.

ومنه يلاحظ من خلال الجدول أنه لا توجد هناك فروق ذات دلالة إحصائية بين أفراد العينة وفقا لمتغيري الجنس والمستوى التعليمي، ومنه فإن كا2 المحسوبة تساوي (**12.32**) وهي أصغر من كا2 الجدولية التي تساوي (**18.30**) تحت درجة الحرية (**10**) ومستوى الدلالة (**0.05**) وبمستوى ثقة **95%**.

يتضح من خلال الجدول(13) أن **21.98%** من أفراد العينة عادة ما يدونون حسب الظروف، تليها نسبة **15.93%** يدونون يوميا، ثم نسبة **13.74%** يدونون مرتين في الأسبوع وبنسبة قريبة منها **13.19%** يدونون مرة واحدة في الأسبوع، في حين **12.09%** يدونون أربع مرات في الأسبوع، و**10.44%** يدونون ثلاث مرات في الأسبوع.

وتدون أكبر نسبة حسب الظروف كون التدوين عملية لا تتطلب وقتا معينا، ومحددا بل الحاجة إلى التدوين تفرضها الظروف المتعلقة بالمكان، والزمان، والمواضيع، والحالة النفسية للمدون وغيرها من ظروف أخرى.

ويلاحظ أن **25%** من أفراد العينة من المستوى الثانوي يدونون مرتين في الأسبوع و**20.45%** يدونون ثلاث مرات في الأسبوع، و**15.90%** يدونون أربع مرات في الأسبوع و**11.36%** يدونون مرة في الأسبوع، و نفس النسبة يدونون ست مرات في الأسبوع.

كما أن **37.20%** من أفراد العينة من المستوى الجامعي يدونون حسب الظروف، و**25.58%** يدونون يوميا، في حين أن **15.11%** يدونون مرة في الأسبوع و**9.30%** يدونون مرتين في الأسبوع.

أما بالنسبة لأفراد العينة من مستوى الدراسات العليا فإن **19.32%** منهم يدونون أربع مرات في الأسبوع، تليها نسبة **15.38%** يدونون ثلاث مرات في الأسبوع، ونفس النسبة يدونون خمس مرات في الأسبوع، في حين **11.53%** يدونون مرة واحدة في الأسبوع وهي نفس النسبة تتكرر مرتين في الأسبوع، ست مرات، وحسب الظروف.

ويلاحظ أن أكبر نسبة ذكور ثانوي **30.43%** يدونون مرتين في الأسبوع، في حين أكبر نسبة إناث من المستوى الثانوي يدون مرتين في الأسبوع، ونفس النسبة يدون ثلاث مرات في الأسبوع.

أما أكبر نسبة ذكور جامعي **31.25%** يدونون يوميا، ونفس النسبة يدونون حسب الظروف، في حين أكبر نسبة إناث جامعيات يدون حسب الظروف.

أما أكبر نسبة ذكور دراسات عليا **24.14%** يدونون أربع مرات في الأسبوع، نفس النسبة يدونون خمس مرات في الأسبوع، في حين أكبر نسبة إناث من الدراسات العليا **34.78%**يدون ثلاث مرات في الأسبوع.

ومنه نلاحظ أنه توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين أفراد العينة وفقا لمتغيري الجنس والمستوى التعليمي، ومنه فإن كا2 المحسوبة تساوي (**138.79**) وهي أكبر من كا2 الجدولية التي تساوي (**37.65**)، تحت درجة الحرية (**25**)، ومستوى الدلالة (**0.05**) وبمستوى ثقة **95%**.

يتضح من خلال الجدول (14) أن **42.86%** من أفراد العينة يقضون من الوقت في التدوين من ساعة إلى ساعتين، تليها نسبة **23.63%** يقضون أقل من ساعة في التدوين و **9.34%** يقضون من ثلاث إلى أربع ساعات في اليوم في التدوين، و**8.24%** يقضون من الوقت في التدوين من ساعة إلى ساعتين.

وجاءت أكبر نسبة تقضي من ساعة إلى ساعتين كون أن عملية التدوين لا تحتاج إلى وقت كبير، إذ غالبا ما تمتاز المواضيع التي نجدها في المدونات بالاختصار.

ويلاحظ أن **40.09%** من أفراد العينة من المستوى الثانوي يقضون من الوقت من ساعة إلى ساعتين في التدوين، تليها نسبة **15.90%** يقضون من الوقت أقل من ساعة في التدوين، ونفس النسبة تقضي من الوقت في التدوين من ثلاثة إلى أربع ساعات، ونسبة **11.36%** يقضون من خمس إلى ست ساعات في التدوين.

أما بالنسبة للمستوى الجامعي فإن **40.69%** منهم يقضون في التدوين من ساعة إلى ساعتين، تليها نسبة **30.23%** يدونون لمدة أقل من ساعة، و**9.30%** يدونون من ساعتين إلى ثلاث ساعات.

في حين أن **48.07%** من أفراد العينة من مستوى الدراسات العليا يدونون من ساعة إلى ساعتين، تليها نسبة **19.23%** يدونون لمدة أقل من ساعة، و**15.38%** يدونون من ثلاث إلى أربع ساعات، و**9.61%** يدونون من ساعتين إلى ثلاث ساعات.

ويلاحظ أن أكبر نسبة ذكور ثانوي هي **43.48%** يدونون من خمس إلى ست ساعات مثلهم مثل أكبر نسبة إناث من المستوى الثانوي.

ونفس الملاحظة بالنسبة لأكبر نسبة ذكور جامعي **35.42%**، وأكبر نسبة إناث جامعيات بنسبة **47.37%**.

ونجد أن أكبر نسبة ذكور من مستوى الدراسات العليا **37.93%** وأكبر نسبة إناث من مستوى الدراسات العليا **60.87%** يدونون من ساعة إلى ساعتين.

ومنه نلاحظ أنه توجد بعض الفروق ذات الدلالة الإحصائية بين أفراد العينة وفقا لمتغيري الجنس والمستوى التعليمي، ومنه فإن كا2 المحسوبة تساوي (**61.22**) وهي أكبر من كا2 الجدولية التي تساوي (**37.65**)، تحت درجة الحرية (**25**)، ومستوى الدلالة (**0.05**) وبمستوى ثقة **95%**.

يتضح من خلال الجدول(15) أن **21.43%** من أفراد العينة يحدثون مدوناتهم كل شهر، تليها نسبة **19.78%** يحدثونها مرة واحدة في الأسبوع، و**14.29%** يحدثونها كل يوم، في حين**13.19%** يحدثونها ثلاث مرات في الأسبوع و**6.59%** يحدثونها كل خمس عشرة يوما.

وتحدث أكبر نسبة مدوناتها كل شهر كون المدون يريد أن يحافظ على الوجه التصميمي للمدونة، وربما أيضا كون المدون لا يهتم بالتحديث بقدر ما يهتم بالتدوين.

ونلاحظ من خلال الجدول أن **20.45%** من أفراد العينة من المستوى الثانوي يحدثون مدوناتهم مرة واحدة في الأسبوع، تليها نسبة **18.18%** يحدثونها مرتين في الأسبوع، و**15.90%** يحدثونها ثلاث مرات في الأسبوع، و**13.63%** يحدثونها كل شهر، و **9.09%** يحدثونها أربع مرات في الأسبوع.

أما المستوى الجامعي فإن **38.37%** منهم يحدثون مدوناتهم كل شهر، و**20.93%** يحدثونها كل يوم، و**19.76%** يحدثونها مرة في الأسبوع، و**8.13%** يحدثونها كل خمس عشرة يوما.

في حين أن **28.84%** من أفراد العينة من مستوى الدراسات العليا يحدثون مدوناتهم ثلاث مرات في الأسبوع، تليها نسبة **19.23%** يحدثونها مرة واحدة في الأسبوع، ونفس النسبة مرتين كل أسبوع، و **7.69%** يحدثونها كل خمس عشرة يوما.

ويلاحظ من خلال الجدول أن أكبر نسبة ذكور ثانوي هي **26.09%** يحدثون مدوناتهم مرة واحدة في الأسبوع، في حين أن أكبر نسبة إناث من المستوى الثانوي هي **19.05%** تحدثن مدوناتهن مرتين في الأسبوع.

في حين أكبر نسبة ذكور جامعي هي **31.25%** يحدثون مدوناتهم كل يوم، بينما أكبر نسبة إناث جامعيات هي **50%** يحدثن مدوناتهن كل شهر.

أما أكبر نسبة ذكور من مستوى الدراسات العليا فهي **37.93%** يحدثون مدوناتهم ثلاث مرات في الأسبوع، في حين أن أكبر نسبة إناث هي **26.09%** يحدثنها مرة واحدة في الأسبوع.

ومنه نلاحظ أنه توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين أفراد العينة وفقا لمتغيري الجنس والمستوى التعليمي، ومنه فإن كا2 المحسوبة تساوي (**80.38**) وهي أكبر من كا2 الجدولية التي تساوي (**37.65**) تحت درجة الحرية (**25**) ومستوى الدلالة (**0.05**) وبمستوى ثقة **95%**.

يتضح من خلال الجدول(16) أن **26.64%** من أفراد العينة يدونون يوم الجمعة، تليها نسبة **23.58%** يدونون يوم السبت، و**17.90%** يدونون كل أيام الأسبوع، و**9.61%** يدونون يوم الخميس.

وتأتي أكبر نسبة تدون يوم الجمعة كون هذا اليوم هو يوم عطلة للجميع وفيه يتفرغ المدونون للتدوين.

ويلاحظ أن **27.11%** من أفراد العينة من المستوى الثانوي يدونون يوم الخميس،و**25.42%** يدونون يوم الجمعة، و**22.03%** يدونون يوم السبت، و**13.79%** يدونون يوم الثلاثاء، في حين **8.47%** يدونون يوم الأحد، ونفس النسبة يدونون يوم الاثنين.

وتأتي أكبر نسبة تدون يوم الجمعة كون هذا اليوم هو يوم عطلة للجميع وفيه يتفرغ المدونون للتدوين.

أما المستوى الجامعي فإن **35%** منهم يدونون كل أيام الأسبوع، و**19%** يدونون يوم الجمعة، تليها نسبة **16%** يدونون يوم السبت، و**10%** يدونون يوم الخميس.

في حين أن **38.57%** من أفراد العينة من مستوى الدراسات العليا يدونون يوم الجمعة، و**35.71%** يدونون يوم السبت و**7.14%** يدونون يوم الأربعاء، ونفس النسبة يدونون كل أيام الأسبوع.

ويلاحظ أن أكبر نسبة ذكور ثانوي هي **26.47%** وهم يدونون يوم الجمعة، في حين أكبر نسبة إناث من المستوى الثانوي هي **28%** يدون يوم السبت.

أما أكبر نسبة ذكور جامعي هي **38.46%** وهم يدونون كل أيام الأسبوع، مثلهم مثل أكبر نسبة إناث جامعيات بنسبة **28.57%**.

أما أكبر نسبة ذكور من مستوى الدراسات العليا **36.17%** يدونون يومي الجمعة والسبت بنسب متساوية، في حين أن أكبر نسبة إناث من مستوى الدراسات العليا هي **43.48%** يدون يوم الجمعة .

ومنه نلاحظ أنه توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين أفراد العينة وفقا لمتغيري الجنس والمستوى التعليمي، ومنه فإن كا2 المحسوبة تساوي (**131.16**) وهي أكبر من كا2 الجدولية التي تساوي (**37.65**) تحت درجة الحرية (**25**) ومستوى الدلالة (**0.05**) وبمستوى ثقة **95%**.

يتضح من خلال الجدول(17) أن **41.85%** من أفراد العينة يدونون ليلا، تليها نسبة **25.11%** يدونون مساءا و **14.98%** يدونون بعد منتصف الليل، و**9.25%** يدونون صباحا و **8.81%** يدونون زوالا.

وتفضل أكبر نسبة من أفراد العينة التدوين ليلا لأنها فترة هادئة وتمثل وقت فراغ بالنسبة للكثيرين.

ويلاحظ أن **56.86%** من أفراد العينة من المستوى الثانوي يدونون ليلا، تليها نسبة **17.64%** يدونون مساءا، و**9.80%** يدونون صباحا ونفس النسبة يدونون زوالا، و **5.88%** يدونون بعد منتصف الليل.

أما بالنسبة للمستوى الجامعي فإن **39.34%** منهم يدونون ليلا، و**27.04%** يدونون مساءا، و**14.75%** يدونون بعد منتصف الليل، و**10.65%** يدونون زوالا، و**8.19%** يدونون صباحا.

كما يلاحظ أن **33.33%** من أفراد العينة من مستوى الدراسات العليا يدونون ليلا، تليها نسبة **27.77%** يدونون مساءا، و **24.07%** يدونون بعد منتصف الليل، و**11.11%** يدونون صباحا، و**3.70%** يدونون زوالا.

ويلاحظ أن أكبر نسبة ذكور ثانوي هي **57.69%** وهم يدونون ليلا مثلهم مثل أكبر نسبة إناث من المستوى الثانوي بنسبة **56%**.

وكذلك أكبر نسبة ذكور جامعي هي **38.81%** يدونون ليلا مثلهم مثل أكبر نسبة إناث جامعيات بنسبة **40%**.

أما أكبر نسبة ذكور من مستوى الدراسات العليا هي **35.48%** وهم يدونون مساءا، في حين أن أكبر نسبة للإناث في الدراسات العليا هي **60.87%** وهن يدون ليلا.

ومنه نلاحظ أنه توجد بعض الفروق الصغيرة ذات الدلالة الإحصائية بين أفراد العينة وفقا لمتغيري الجنس ، ومنه فإن كا2 المحسوبة تساوي (**35.45**) وهي أكبر بقليل من كا2 الجدولية التي تساوي (**31.41**) تحت درجة الحرية (**20**) ومستوى الدلالة (**0.05**) وبمستوى ثقة **95%**.

يتضح من خلال الجدول(18) أن **53.77%** من أفراد العينة يفضلون التدوين في المنزل و**33.67%** يدونون في مقاهي الانترنت، و**6.53%** يدونون في أماكن الدراسة، وبنسبة قريبة **6.03%** يدونون في أماكن العمل.

وتفضل أكبر نسبة التدوين في المنزل لأن المدون يجد نفسه أكثر راحة ويختار الوقت الذي يناسبه، كما أنه في الفترة الأخيرة هناك الكثير ممن يملكون شبكة الانترنت بالمنزل مما تغنيه عن استعمالها في أماكن أخرى.

ويلاحظ أن **66.66%** من أفراد عينة الدراسة من المستوى الثانوي يدونون في مقهى الانترنت، و**31.25%** يدونون في المنزل، في حين **2.08%** يدونون في أماكن الدراسة .

أما بالنسبة للمستوى الجامعي فإن **60.41%** منهم يفضلون التدوين في المنزل، و**30.20%** يدونون في مقهى الانترنت، و**6.25%** يدونون في أماكن الدراسة بينما **3.12%** يدونون في أماكن العمل.

وبالنسبة لمستوى الدراسات العليا فإن **61.81%** منهم يدونون في المنزل، و**16.36%** يدونون في أماكن العمل، و**9.09%** يدونون في مقهى الانترنت، ونفس النسبة يدونون في أماكن الدراسة.

ويلاحظ أن أكبر نسبة للذكور الثانوي هي **80%** يدونون في مقاهي الانترنت مثلهم مثل أكبر نسبة للإناث في المستوى الثانوي وذلك بنسبة **52.17%**.

أما أكبر نسبة ذكور جامعي هي **56.60%** يدونون في المنزل مثلهم مثل أكبر نسبة للإناث الجامعيات ينسبة **65.12%**.

وكذلك أكبر نسبة للذكور في مستوى الدراسات العليا قدرت ب **56.25%** وهم يدونون بالمنزل مثلهم مثل أكبر نسبة إناث في مستوى الدراسات العليا بنسبة **69.57%**.

ومنه نلاحظ أنه توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين أفراد العينة وفقا لمتغير المستوى التعليمي، ومنه فإن كا2 المحسوبة تساوي (**67.75**) وهي أكبر من كا2 الجدولية التي تساوي (**24.99**) تحت درجة الحرية (**15**) ومستوى الدلالة (**0.05**) وبمستوى ثقة **95%**.

يتضح من خلال الجدول (19) أن **77.78%** من أفراد العينة يدونون بمفردهم، تليهم نسبة **17.54%** يدونون مع الأصدقاء، و**4.68%** يدونون مع أفراد العائلة.

ويفضل أفراد العينة التدوين بمفردهم لأن المدونات في كثير من الأحيان تكون فضاء حرا يختلي فيه الإنسان بنفسه ويعبر فيه عن أفكاره دون قيد.

ويلاحظ أن **69.56%** من أفراد العينة من المستوى الثانوي يدونون بمفردهم، و**23.91%** يدونون مع الأصدقاء في حين **6.52%** يدونون مع أفراد العينة.

وفي المستوى الجامعي نجد **80%** من أفراد العينة يدونون بمفردهم و **14.28%** يدونون مع الأصدقاء و **1.81%** يدونون مع أفراد العائلة.

كما لا يوجد اختلاف في وضعية التدوين حسب متغير الجنس في المستويات الثلاث إذ يتوافق الذكور والإناث في كل مستوى في التدوين بمفردهم بأكبر نسبة.

ومنه نلاحظ أنه لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين أفراد العينة وفقا لمتغيري الجنس والمستوى التعليمي، ومنه فإن كا2 المحسوبة تساوي (**12.19**) وهي اصغر من كا2 الجدولية التي تساوي (**18.30**) تحت درجة الحرية (**10**) ومستوى الدلالة (**0.05**) وبمستوى ثقة **95%**.

يتضح من خلال الجدول (20) أن **31.52%** من أفراد العينة مدوناتهم ثقافية متنوعة، تليها نسبة **20.62%** مدوناتهم اجتماعية، و**14.01%** مدوناتهم علمية متخصصة و **9.73%** مدوناتهم أدبية، و**8.56%** مدوناتهم رياضية ونفس النسبة مدوناتهم فنية و**7%** مدوناتهم سياسية.

ويفضل المدونون إنشاء مدونات ثقافية متنوعة لكونهم لا يريدون أن يتخصصوا في مجال معين، بل تبقى مدوناتهم غير مقيدة ومفتوحة على كل الميادين مما يمكنهم من الكتابة عن أي موضوع يريدونه.

ويلاحظ أن **42.30%** من أفراد العينة من المستوى الثانوي مدوناتهم ثقافية متنوعة و**25%** مدوناتهم اجتماعية، و**9.61%** مدوناتهم رياضية، ونفس النسبة مدوناتهم أدبية، ونفسها مدوناتهم علمية.

كما يلاحظ أن **34.81%** من أفراد العينة من المستوى الجامعي كانت مدوناتهم ثقافية متنوعة، و**18.51%** مدوناتهم اجتماعية، و**14.81%** مدوناتهم فنية، و**12.59%** مدوناتهم رياضية، و**9.62%** مدوناتهم أدبية، و**6.66%** مدوناتهم علمية متخصصة.

أما في مستوى الدراسات العليا فإن **31.42%** كانت مدوناتهم علمية متخصصة،

و **22.85%** مدوناتهم اجتماعية و**20%** مدوناتهم سياسية و**17.14%** مدوناتهم ثقافية متنوعة.

كما يلاحظ أن أكبر نسبة ذكور ثانوي هي **38.46%** مدوناتهم ثقافية متنوعة مثلهم مثل أكبر نسبة إناث من المستوى الثانوي وهي **46.15%**.

وهو نفس النوع بالنسبة للذكور الجامعيين بنسبة **32.26%**، والإناث بنسبة **36.99%**.

في حين أن أكبر نسبة ذكور من الدراسات العليا هي **47.22%** وكانت مدوناتهم علمية متخصصة، بينما أكبر نسبة إناث في الدراسات العليا هي **29.41%** وكانت مدوناتهن ثقافية متنوعة.

ومنه نلاحظ أنه توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين أفراد العينة وفقا لمتغيري الجنس والمستوى التعليمي، ومنه فإن كا2 المحسوبة تساوي (**273.44**) وهي أكبر من كا2 الجدولية التي تساوي (**37.65**) تحت درجة الحرية (**25**) ومستوى الدلالة (**0.05**) وبمستوى ثقة **95**%.

يتضح من خلال الجدول(21) أن **26.84%** من أفراد العينة يعتمدون على مواقع الانترنت كمرجع للتدوين، تليها نسبة **23.16%** يعتمدون على ثقافتهم ومعارفهم الخاصة، و**12.50%** على مدونات غيرهم، و**9.93%** يعتمدون على محاضرات الأساتذة في التخصص، ونفس النسبة يعتمدون على المقالات، و**9.19%** يعتمدون على الكتب، و**8.46%** يعتمدون على وسائل الإعلام.

وأكبر نسبة يعتمدون على مواقع الانترنت بسبب سهولة الوصول إليها؛ إذ لا تجهد مستعملها في الاستعانة بها ويبقى مستخدمها دائما ضمن الفضاء السبرنطيقي.

ويلاحظ أن **45.83%** من أفراد العينة من المستوى الثانوي يعتمدون على مواقع الانترنت كمرجع لهم في التدوين، تليها نسبة **27.08%** يعتمدون على ثقافتهم ومعارفهم الخاصة، و12.5% يعتمدون على مدونات غيرهم.

أما بالنسبة للمستوى الجامعي فإن 28.57% منهم على مواقع الانترنت، و21.80% يعتمدون على ثقافتهم ومعارفهم الخاصة، و**13.53%** يعتمدون على وسائل الإعلام و**12.78%** على مدونات غيرهم و**11.27%** على المقالات.

في حين أن أفراد العينة من مستوى الدراسات العليا بنسبة **23.07%** يعتمدون على ثقافتهم ومعارفهم الخاصة، تليها نسبة **20.87%** يعتمدون على محاضرات الأساتذة في التخصص، و**15.38%** يعتمدون على الكتب، و**14.28%** يعتمدون على مواقع الانترنت، و**12.08%** يعتمدون على مدونات غيرهم، و **10.98%** يعتمدون على المقالات.

ويلاحظ أن أكبر نسبة ذكور ثانويين كانت بنسبة **50%** وهم يعتمدون على مواقع الانترنت مثلهم مثل أكبر نسبة إناث من المستوى الثانوي والتي هي **41.67%**.

أما بالنسبة لأكبر نسبة ذكور جامعيين فهي **32.86%** وهم يعتمدون أيضا على مواقع الانترنت، في حين أن أكبر نسبة بالنسبة للإناث الجامعي جاءت متساوية بين ثقافتهن ومعارفهن الخاصة، ومواقع الانترنت.

وقدرت أكبر نسبة ذكور من الدراسات العليا ب **30.36%** وهم يعتمدون في التدوين على ثقافتهم ومعارفهم الخاصة، في حين أن أكبر نسبة إناث من الدراسات العليا فهي **22.86%** يعتمدن على مواقع الانترنت.

ومنه نلاحظ أنه توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين أفراد العينة وفقا لمتغيري الجنس والمستوى التعليمي، ومنه فإن كا2 المحسوبة تساوي (**130.56**) وهي أكبر من كا2 الجدولية التي تساوي (**37.65**)، تحت درجة الحرية (**24**)، ومستوى الدلالة (**0.05**) وبمستوى ثقة **95%**.

يتضح من خلال الجدول (22) أن **30.73%** من أفراد العينة يستخدمون استضافة التدوين مكتوب، و**19.27%** يستخدمون وورد بريس، و**18.35%** يستخدمون استضافة blogger، و**13.30%** يستخدمون استضافة blog dz، و**7.34%** يستخدمون استضافة تدوين.

وتستخدم أكبر نسبة استضافة تدوين مكتوب لأنها من الاستضافات الأكثر انتشارا.

ونلاحظ أن **39.65%** من أفراد العينة من المستوى الثانوي يستخدمون استضافة مكتوب، و **20.68%** يستخدمون وورد بريس، و **12.06%** يستخدمون استضافة تدوين و10.34% يستخدمون blogger.

أما المستوى الجامعي فإن نسبة **30.61%** منهم يستخدمون استضافة مكتوب و**18.36%** يستخدمون blogger، و**17.34%** يستخدمون وورد بريس، و**14.28%** يستخدمون blog dz.

في حين يستخدم **25.80%** من أفراد العينة مستوى دراسات عليا استضافة blogger و**22.58%** يستخدمون مكتوب، و**20.96%** يستخدمون وورد بريس، و**19.35%** يستخدمون blog dz.

ونلاحظ أن أكبر نسبة ذكور ثانويين هي **27.59%** يستخدمون استضافة مكتوب مثلهم مثل الإناث بنسبة **51.72%**.

أما اكبر نسبة ذكور جامعيين يستخدمون وبنسب متساوية قدرت ب **26.32%** كل من استضافتي مكتوب، و blogger، في حين تستخدم أكبر نسبة إناث جامعيات استضافة مكتوب بنسبة **36.59%**.

في حين أن اكبر نسبة ذكور من الدراسات العليا هي **31.43%** وهم يستخدمون استضافة blogger، بينما تستخدم أكبر نسبة إناث من الدراسات العليا بنسبة **37.06%** استضافة مكتوب.

ومنه يتضح أنه توجد بعض الفروق ذات الدلالة الإحصائية بين أفراد العينة وفقا لمتغيري الجنس والمستوى التعليمي، ومنه فإن كا2 المحسوبة تساوي (**40.68**)، وهي اكبر من كا2 الجدولية التي تساوي (**37.65**) تحت درجة الحرية (**25**) ومستوى الدلالة (**0.05**) وبمستوى ثقة **95**%.

يتضح من خلال الجدول (23) أن **45.37%** من أفراد العينة يستخدمون اللغة العربية في التدوين، و**40.97%** يستخدمون اللغة الفرنسية، و**13.66%** يستخدمون الانجليزية.

وتأتي أكبر نسبة تدوين باللغة العربية وبنسبة مقاربة لها بالفرنسية لأن هاتين اللغتين هما الأكثر اتقانا وتداولا في الجزائر.

ويلاحظ أن **70%** من أفراد العينة مستوى ثانوي يستخدمون اللغة العربية، في حين **28%** يستخدمون الفرنسية، و2% يستخدمون الانجليزية.

أما المستوى الجامعي فإن **42.45%** منهم يستخدمون اللغة العربية، و**38.67%** يستخدمون الفرنسية، و**18.86%** يستخدمون الانجليزية.

في حين **47.88%** من أفراد العينة من مستوى الدراسات العليا يستخدمون اللغة الفرنسية، و**38.02%** يستخدمون العربية، و**14.08%** يستخدمون الانجليزية.

ويلاحظ أن **62.50%** وهي أكبر نسبة ذكور ثانويين يستخدمون اللغة العربية مثلهم مثل أكبر نسبة إناث من المستوى الثانوي بنسبة **76.92%**.

أما أكبر نسبة ذكور جامعيين هي **41.81%** يستخدمون اللغة العربية، في حين أكبر نسبة إناث جامعيات يستخدمن اللغة الفرنسية بنسبة **49.02%** .

في حين أن أكبر نسبة ذكور من الدراسات العليا هي **48.84%** وهم يدونون باللغة الفرنسية مثلهم مثل أكبر نسبة إناث من الدراسات العليا بنسبة **46.43%**.

ومنه نلاحظ أنه توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين أفراد العينة وفقا لمتغيري الجنس والمستوى التعليمي، ومنه فإن كا2 المحسوبة تساوي (**44.45**) وهي أكبر من كا2 الجدولية التي تساوي (**18.30**) تحت درجة الحرية (**10**) ومستوى الدلالة (**0.05**) وبمستوى ثقة **95%**.

يبين الجدول(24) أن **42.31%** من أفراد العينة يقرؤون أحيانا مدونات غيرهم، و**26.37%** يقرؤونها غالبا، و**15.38%** يقرؤونها دائما، و**11.54%** لا يقرؤونها أبدا، و**4.40%** يقرؤونها نادرا.

ويلاحظ أن **50%** من أفراد العينة من المستوى الثانوي يقرؤون مدونات غيرهم أحيانا، و**26.09%** لا يقرؤونها أبدا، و**13.04%** يقرؤونها نادرا، و**8.70%** يقرؤونها غالبا، ولا أحد يقرأها دائما.

أما بالنسبة للمستوى الجامعي فإن **50%** منهم يقرؤونها أحيانا، و**19.76%** يقرؤونها غالبا، و17.44% يقرؤونها دائما، و**12.79%** لا يقرؤونها أبدا.

أما بالنسبة لمستوى الدراسات العليا فإن **44.23%**منهم غالبا ما يقرؤون المدونات، و**23.07%** يقرؤونها دائما، ونفس النسبة يقرؤونها أحيانا، و**7.69%** يقرؤونها نادرا و**1.92%** لا يقرؤونها أبدا.

ويلاحظ أن أكبر نسبة ذكور ثانويين هي **52.17%** وهم يقرؤونها أحيانا مثلهم مثل أكبر نسبة إناث من المستوى الثانوي وهي **47.62%**.

وهي نفس الدرجة بالنسبة لأكبر نسبة ذكور جامعيين بنسبة **52.08%** وأكبر نسبة إناث جامعيات **47.37%** .

في حين أكبر نسبة ذكور دراسات عليا **48.28%** غالبا ما يقرؤون مدونات غيرهم مثلهم مثل أكبر نسبة إناث من الدراسات العليا والتي هي **39.13%**.

ومنه نلاحظ أنه توجد بعض الفروق ذات الدلالة الإحصائية بين أفراد العينة وفقا لمتغير المستوى التعليمي، ومنه فإن كا2 المحسوبة تساوي (**48.72**) وهي أكبر من كا2 الجدولية التي تساوي (**31.41**) تحت درجة الحرية (**20**) ومستوى الدلالة (**0.05**) وبمستوى ثقة **95%**.

يتضح من خلال الجدول(25) أن **62.19%** من أفراد العينة يستخدمون النصوص في مدوناتهم، تليها نسبة **30.85%** يستخدمون مقاطع فيديو، و**16.97%** يستخدمون مقاطع صوتية.

وتستخدم أكبر نسبة النصوص لأن كتابة النصوص سهلة والكل يتقنها مقارنة بالفيديو والمقاطع الصوتية.

ويلاحظ أن **59.18%** من أفراد العينة من المستوى الثانوي يستخدمون النصوص، و **28.57%** يستخدمون مقاطع الفيديو، و**12.24%** يستخدمون مقاطع صوتية.

أما المستوى الجامعي فإن **49.48%** منهم يستخدمون النصوص، و**7.27%** يستخدمون مقاطع الفيديو، و**5.45%** يستخدمون مقاطع صوتية.

أما أفراد العينة من مستوى الدراسات العليا فإن **87.27%** منهم يستخدمون النصوص و**7.27%** يستخدمون مقاطع الفيديو، و**5.45%** يستخدمون مقاطع صوتية.

ويلاحظ أن أكبر نسبة ذكور ثانويين هي **54.17%** يستخدمون النصوص مثلهم مثل أكبر نسبة إناث ثانوي وهي **64%**.

أما أكبر نسبة ذكور جامعيين فهي **49.12%** يستخدمون النصوص مثلهم مثل أكبر نسبة إناث جامعيات وهي **50%**.

وأكبر نسبة ذكور من الدراسات العليا هي **86.21%** يستخدمون النصوص مثلهم مثل أكبر نسبة إناث من الدراسات العليا وهي **88.46%**.

ومنه نلاحظ أنه لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين أفراد العينة وفقا لمتغيري الجنس والمستوى التعليمي، ومنه فإن كا2 المحسوبة تساوي (**12.08**) وهي أصغر من كا2 الجدولية التي تساوي (**18.30**)، تحت درجة الحرية (**10**)، ومستوى الدلالة (**0.05**)، وبمستوى ثقة **95%**.

يتضح من خلال الجدول(26) أن **62.64%** من أفراد العينة يستخدمون اسما مستعارا في التدوين، في حين **37.36%** يستخدمون اسما حقيقيا.

وتستخدم أكبر نسبة الاسم المستعار كون أن الفضاء التدويني هو مجال للبوح والكتابة والتعبير عن الذات، وقول ما لا يستطيع الفرد قوله في المجتمع، وكذا تعد المدونات مجال للحديث عن الطابوهات. وفي هذا الإطار نستطيع أن نسقط على هذه النتيجة نظرية دوامة الصمت؛ حيث أن الفرد عندما لا يستطيع التعبير عن ما يريد لأنه يخشى رأي الأغلبية فهو يلجأ إلى شبكة الانترنت ويستخدم بذلك اسما مستعارا أين لا يعرفه أحد، ويتوافق هذا مع ما توصلت إليه دراسة طلال ناظم الزهيري، في حين لا تتوافق مع دراسة أحمد حسين التي توصلت إلى أن 76% من أفراد العينة يعلنون عن هويتهم الحقيقية.

ويلاحظ أن **65.90%** من أفراد العينة من المستوى الثانوي يستخدمون اسما مستعارا و**34.09%** يستخدمون اسما حقيقيا.

أما المستوى الجامعي فإن **60.46%** منهم يستخدمون اسما مستعارا، و**39.53%** يستخدمون اسما حقيقيا.

أما مستوى الدراسات العليا فإن **63.46%** منهم يستخدمون اسما مستعارا و**36.35%** يستخدمون اسما حقيقيا.

ويلاحظ أن أكبر نسبة ذكور ثانويين هي **52.18%** وهم يستخدمون اسما مستعارا مثلهم مثل أكبر نسبة إناث بنسبة **80.95%**.

أما أكبر نسبة ذكور جامعيين فهي **54.16%** وهم يستخدمون اسما حقيقيا، في حين أكبر نسبة إناث يستخدمون اسما مستعارا بنسبة **78.95%**.

أما أكبر نسبة ذكور من الدراسات العليا فهي **62.07%** يستخدمون اسما مستعارا مثلهم مثل أكبر نسبة إناث من الدراسات العليا بنسبة **65.22%**.

ومن خلال الجدول نلاحظ أنه توجد بعض الفروق ذات الدلالة الإحصائية بين أفراد العينة وفقا لمتغير الجنس ، ومنه فإن كا2 المحسوبة تساوي (**14.23**) وهي أكبر بقليل من كا2 الجدولية التي تساوي (**11.07**) تحت درجة الحرية (**5**) ومستوى الدلالة (**0.05**) وبمستوى ثقة **95%**.

يتضح من خلال الجدول(27) أن **56.06%** من أفراد العينة يستخدمون اسما حقيقيا لأنهم مقتنعون بما يكتبون، و**21.21%** لأنهم يشعرون بالسعادة لظهور أسمائهم، و**13.64%** لأنهم لا يخافون من المضايقات.

ويلاحظ أن **53.33%** من أفراد العينة من المستوى الثانوي يشعرون بالسعادة لظهور أسمائهم، و**26.66%** لأنهم مقتنعون بما يكتبون، و**13.33%** لأنهم يريدون الشهرة و**6.66%** لأنهم لا يخافون أن يضايقهم أحد.

أما بالنسبة للمستوى الجامعي فإن **71.87%** منهم يستخدمون اسما حقيقيا لأنهم مقتنعون بما يكتبون، و**12.5%** لأنهم يريدون الشهرة، و**9.37%** لأنهم لا يخافون أن يضايقهم أحد.

أما مستوى الدراسات العليا فإن **52.63%** منهم يستخدمون اسما حقيقيا لأنهم مقتنعون بما يكتبون، و26.31% لأنهم لا يخافون أن يضايقهم احد، و**21.05%** لأنهم يشعرون بالسعادة.

ونلاحظ أن أكبر نسبة ذكور ثانويين هي **54.55%** وهم يستخدمون اسمهم الحقيقي لأنهم يشعرون بالسعادة لظهور أسمائهم مثلهم مثل أكبر نسبة إناث من المستوى الثانوي والتي هي **50%**.

في حين أكبر نسبة ذكور جامعيين هي **71.43%** يستخدمون اسمهم الحقيقي لأنهم مقتنعون بما يكتبون مثلهم مثل أكبر نسبة إناث جامعيات حيث كانت نسبتهم **75%**.

أما أكبر نسبة ذكور من الدراسات العليا هي **36.36%** وهم يستخدمون اسمهم الحقيقي لشعورهم بالسعادة لظهور أسمائهم، ونفس النسبة لأنهم مقتنعون بما يكتبون، في حين أكبر نسبة إناث هي **75%** وهن مقتنعات بما يكتبن.

ومن خلال الجدول يتضح أنه توجد بعض الفروق ذات الدلالة الإحصائية بين أفراد العينة وفقا لمتغيري الجنس والمستوى التعليمي، ومنه فإن كا2 المحسوبة تساوي (**26.74**) وهي أكبر بقليل من كا2 الجدولية التي تساوي (**24.99**) تحت درجة الحرية (**15**) ومستوى الدلالة (**0.05**) وبمستوى ثقة **95%**.

يتضح من خلال الجدول(28) أن **44.96%** من أفراد العينة يستخدمون اسما مستعارا لأنهم يريدون أن يكتبوا دون قيد، و**38.88%** لأنهم يريدون أن لا يتعرف أحد عليهم و**20.16%** لأنهم لا يريدون أن يصنفوا في اتجاه معين.

ويلاحظ أن **55.17%** من أفراد العينة من المستوى الثانوي يستخدمون اسما مستعارا لأنهم يريدون الكتابة دون قيد، و**37.93%** لأنهم لا يريدون أن يتعرف أحد عليهم.

أما أفراد العينة من المستوى الجامعي فإن **46.03%** منهم يستخدمون اسما مستعارا لأنهم يريدون الكتابة دون قيد، و**36.50%** لا يريدون أن يتعرف أحد عليهم، و**17.46%** لا يريدون أن يصنفهمأحد في اتجاه معين.

أما مستوى الدراسات العليا فإن **35.13%** منهم يريدون أن لا يصنفوا في اتجاه معين ونفس النسبة يريدون أن يكتبوا دون قيد، و**29.72%** يريدون أن لا يتعرف أحد عليهم.

ويلاحظ أن **50%** من الذكور الثانويين يريدون أن يكتبوا دون قيد، في حين **50%** الأخرى لا يريدون أن يتعرف عليهم أحد، بينما أكبر نسبة إناث من المستوى الثانوي هي **58.82%** وهن يردن الكتابة دون قيد.

أما أكبر نسبة ذكور جامعيين فهي **45.45%** يريدون الكتابة دون قيد مثلهم مثل الإناث من نفس المستوى بنسبة **46.67%**.

أما أكبر نسبة ذكور دراسات عليا هي **52.63%** يريدون أن لا يتعرف أحد عليهم، في حين أكبر نسبة إناث دراسات عليا هي **61.11%** يردن الكتابة بدون قيد.

ومن خلال الجدول نلاحظ أن هناك فروق ذات دلالة إحصائية بين أفراد العينة وفقا لمتغيري الجنس والمستوى التعليمي، ومنه فإن كا2 المحسوبة تساوي (**49.35**) وهي أكبر من كا2 الجدولية التي تساوي (**18.30**) تحت درجة الحرية (**10**) ومستوى الدلالة (**0.05**) وبمستوى ثقة **95%**.

يتضح من خلال الجدول(29) أن **58.24%** من أفراد العينة يستخدمون الروابط في مدوناتهم و**41.76%** لا يستخدمونها.

وتستخدم أكبر نسبة الروابط في مدوناتها لأن الروابط سهلة الاستحداث في المدونة وتدعم المدونة بخدمات تفعلها.

ويلاحظ أن **61.36%** من أفراد العينة من المستوى الثانوي يستخدمون الروابط، في حين **38.36%** لا يستخدمونها.

أما بالنسبة لأفراد العينة من المستوى الجامعي فإن **51.16%** يستخدمون الروابط، في حين **48.83%** لا يستخدمونها.

أما مستوى الدراسات العليا فإن **67.30%** منهم يستخدمون الروابط، بينما **32.69%** لا يستخدمونها.

ويلاحظ أن أكبر نسبة ذكور ثانويين هي **52.17%**، وأكبر نسبة إناث من نفس المستوى هي **71.48%** يستخدمون الروابط في مدوناتهن.

أما أكبر نسبة ذكور جامعيين فهي **72.92%** يستخدمون ، في حين أن أكبر نسبة إناث جامعيات هي **76.32%** لا يستخدمنها.

أما أكبر نسبة ذكور دراسات عليا فهي **68.97%** يستخدمون الروابط مثلهم مثل أكبر نسبة إناث من نفس المستوى بنسبة **65.22%**.

ومن خلال الجدول نلاحظ أن هناك بعض الفروق ذات الدلالة الإحصائية بين أفراد العينة وفقا لمتغير الجنس ، ومنه فإن كا2 المحسوبة تساوي (**25.08**) وهي أكبر من كا2 الجدولية التي تساوي (**11.07**) تحت درجة الحرية (**5**) ومستوى الدلالة (**0.05**) وبمستوى ثقة **95%**.

يوضح الجدول(30) أن **50.31%** من أفراد العينة يحيلون الروابط بمدوناتهم إلى مواقع ومحركات البحث، و**34.78%** يحيلونها إلى مدونات أخرى، و**14.91%** يحيلونها إلى وسائل الإعلام.

ويلاحظ أن **39.74%** من أفراد العينة من المستوى الثانوي يحيلون الروابط إلى مدونات أخرى، ونفس النسبة يحيلونها إلى مواقع ومحركات البحث، و**21.05%** إلى وسائل الإعلام.

أما بالنسبة للمستوى الجامعي فإن **55.26%** يحيلون مدوناتهم إلى مواقع ومحركات البحث، و**32.89%** إلى مدونات أخرى، و**11.48%** إلى وسائل الإعلام.

أما أفراد العينة من مستوى الدراسات العليا فإن **51.06%** منهم يحيلون الروابط إلى مواقع ومحركات البحث، و**34.04%** إلى مدونات أخرى، و**14.89%** يحيلونها إلى وسائل الإعلام.

ونلاحظ أن أكبر نسبة ذكور ثانويين هي **43.48%** يحيلون الروابط إلى مواقع ومحركات البحث، في حين أكبر نسبة إناث من نفس المستوى هي **66.66%** وهن يحلن الروابط إلى مدونات أخرى.

أما أكبر نسبة ذكور جامعيين هي **54.77%** وهم يحيلون مدوناتهم إلى مواقع ومحركات البحث مثلهم مثل أكبر نسبة إناث والتي قدرت ب**57.14%**.

أما أكبر نسبة ذكور دراسات عليا فهي **51.72%** وهم يحيلون الروابط إلى مواقع ومحركات البحث مثل أكبر نسبة إناث من نفس المستوى والتي قدرت ب **50%**.

ومنه ومن خلال الجدول نلاحظ أن هناك فروق ذات دلالة إحصائية بين أفراد العينة وفقا لمتغيري الجنس والمستوى التعليمي، ومنه فإن كا2 المحسوبة تساوي (**42.69**)، وهي أكبر من كا2 الجدولية التي تساوي (**18.30**)، تحت درجة الحرية (**10**)، ومستوى الدلالة (**0.05**) وبمستوى ثقة **95%**.

يتضح من خلال الجدول(31) أن **25.57%** من أفراد العينة يستخدمون محرك البحث عن الأرشيف، تليها نسبة **24.05%** يستخدمون عداد عرض الزائرين و**23.66%** يستخدمون خدمة

التعقيب، و**15.65%** يستخدمون خدمة خلاصة المدونات و**11.07%** يستخدمون استطلاع التصويت.

وتستخدم أكبر نسبة محرك البحث عن الأرشيف لتسهيل عملية البحث عن المواضيع وترتيبها بالنسبة لهم كمدونين أو للقراء.

ويلاحظ أن **28.57%** من أفراد العينة من المستوى الثانوي يستخدمون محرك البحث عن الأرشيف، و**22.22%** يستخدمون خدمة التعقيب، و**19.04%** يستخدمون خلاصة المدونة، و15.87% يستخدمون عداد عرض الزائرين، و**14.28%** يستخدمون استطلاع التصويت.

أما المستوى الجامعي فإن **27.67%** منهم يستخدمون عداد عرض الزائرين، و**24.10%** يستخدمون محرك البحث عن الأرشيف، و**23.08%** يستخدمون خدمة التعقيب، و**16.07%** يستخدمون خلاصة المدونات، و**8.92%** يستخدمون استطلاع التصويت.

أما بالنسبة لمستوى الدراسات العليا فإن **19.64%** يستخدمون خدمة التعقيب، ونفس النسبة يستخدمون محرك البحث عن أرشيف المدونة، وكذا بنسبة مساوية يستخدمون عداد عرض الزائرين، و**12.64%** يستخدمون خدمة خلاصة المدونات، و**11.49%** يستخدمون استطلاع التصويت.

ويلاحظ أن أكبر نسبة ذكور ثانويين هي **22.86%** وهم يستخدمون خدمة خلاصة المدونات وخدمة التعقيب ومحرك البحث عن أرشيف المدونة واستطلاع التصويت بنسب متساوية في حين أن أكبر نسبة إناث من نفس المستوى هي **35.21%** وهن يستخدمن محرك البحث عن أرشيف المدونة.

أما أكبر نسبة ذكور جامعي فقد قدرت ب**26.67%** يستخدمون عداد عرض الزائرين بينما أكبر نسبة إناث جامعيات فهي **28.85%** ويستخدمن عداد عرض الزوار ومحرك البحث عن أرشيف المدونة بصورة متساوية.

في حين قدرت أكبر نسبة للذكور من الدراسات العليا ب**32.08%** وهم يستخدمون خدمة التعقيب، بينما أكبر نسبة إناث هي **35.29%** ويستخدمن محرك البحث عن الأرشيف.

ويتضح من خلال الجدول أن هناك فروق ذات دلالة إحصائية بين أفراد العينة وفقا لمتغيري الجنس والمستوى التعليمي، ومنه فإن كا2 المحسوبة تساوي (**36.86**) وهي أكبر بقليل من كا2 الجدولية التي تساوي (**31.41**)، تحت درجة الحرية (**20**)، ومستوى الدلالة (**0.05**) وبمستوى ثقة **95%**.

يتضح من الجدول(32) أن **83.52%** من أفراد العينة يسمحون بالتعليق على مدوناتهم في حين أن **16.48%** لا يسمحون بالتعليق.

وأكبر نسبة يسمحون بالتعليق لأن المدونين يريدون التفاعل مع غيرهم ومعرفة أرائهم فيما يعرضونه على مدوناتهم.

ويلاحظ أن **61.63%** من أفراد العينة من المستوى الثانوي يسمحون بالتعليق على مدوناتهم، في حين **38.63%** لا يسمحون بالتعليق علة مدوناتهم.

أما في المستوى الجامعي فإن **88.73%** منهم يسمحون بالتعليق على مدوناتهم و**11.62%** لا يسمحون بالتعليق على مدوناتهم.

أما مستوى الدراسات العليا فإن **94.23%** يسمحون بالتعليق على مدوناتهم، في حين **5.76%** لا يسمحون بالتعليق.

ويلاحظ أن أكبر نسبة ذكور ثانويين هي **52.17%** يسمحون بالتعليق على مدوناتهم مثلهم مثل أكبر نسبة إناث من نفس المستوى وهي **28.57%**.

وأكبر نسبة ذكور جامعيين هي **95.83%** يسمحون بالتعليق علة مدوناتهم مثلهم مثل أكبر نسبة إناث بنسبة **78.95%**.

أما بالنسبة لأكبر نسبة ذكور دراسات عليا فأنهم يسمحون بالتعليق على مدوناتهم بنسبة **100%**، أما الإناث فأنهم يسمحون بذلك بنسبة **86.96%**.

ومن خلال الجدول يتضح أنه لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين أفراد العينة وفقا لمتغيري الجنس والمستوى التعليمي، ومنه فإن كا2 المحسوبة تساوي (**10.51**)، وهي اصغر من كا2 الجدولية التي تساوي (**11.07**)، تحت درجة الحرية (**5**) ومستوى الدلالة (**0.05**) وبمستوى ثقة **95%**.

يتضح من خلال الجدول(33) أن **48.03%** من أفراد العينة يردون على التعاليق حسب أهميتها، و**43.42%** يردون عليها حسب الظروف، و**8.55%** لا يردون على التعاليق.

ويلاحظ أن **48.14%** من أفراد العينة من المستوى الثانوي يردون على التعاليق حسب الظروف، و**37.03%** يردون عليها حسب أهميتها، و**14.81%** لا يردون على التعاليق.

أما أفراد العينة من الجامعيين فإن **46.05%** منهم يردون على التعاليق حسب أهميتها و**44.73%** يردون عليها حسب الظروف، و**9.21%** لا يردون عليها.

أما أفراد العينة من مستوى الدراسات العليا فإن **57.14%** يردون على التعاليق حسب أهميتها، و**38.77%** يردون عليها حسب الظروف، و**4.08%** لا يردون على التعاليق.

ويلاحظ أن أكبر نسبة ذكور ثانويين هي **50%** وهم يردون على التعليقات حسب الظروف مثلهم مثل أكبر نسبة إناث من نفس المستوى وهي **46.67%**.

أما أكبر نسبة ذكور جامعيين فهي **52.17%** يردون حسب الظروف، في حين أن أكبر نسبة إناث جامعيات وهي **50%** ترد على التعليقات حسب أهميتها.

أما أكبر نسبة ذكور من الدراسات العليا **68.97%** يردون حسب أهمية التعليق، في حين أكبر نسبة إناث من الدراسات العليا هي **50%** ترد حسب الظروف.

ومنه نلاحظ أنه توجد فروق صغيرة ذات دلالة إحصائية بين أفراد العينة وفقا لمتغيري الجنس والمستوى التعليمي، ومنه فإن كا2 المحسوبة تساوي (**18.52**)، وهي أكبر بقليل جدا من كا2 الجدولية التي تساوي (**18.30**)، تحت درجة الحرية (**10**) ومستوى الدلالة (**0.05**) وبمستوى ثقة **95%**.

يتضح من خلال الجدول (34) أن ترتيب دوافع التدوين حسب الجنس جاء كالآتي :

بالنسبة للذكور:

- جاءت الدوافع الترفيهية في المرتبة الأولى بمجموع 668
- جاءت الدوافع الاجتماعية في المرتبة الثانية بمجموع 427
- تليها الدوافع المعرفية في المرتبة الثالثة بمجموع 380
- ثم الدوافع النفسية بمجموع 377
- وجاءت الدوافع السياسية في المرتبة الخامسة بمجموع 297
- أما الدوافع الإعلامية فقد جاءت في المرتبة السادسة بمجموع 287

في حين بالنسبة للإناث فقد جاء الترتيب كما يلي:

- الدوافع الاجتماعية في المرتبة الأولى بمجموع 382
- تليها الدوافع الترفيهية بمجموع 317
- ثم الدوافع المعرفية بمجموع 306
- وجاءت الدوافع النفسية في المرتبة الرابعة بمجموع 296
- تليها الدوافع الإعلامية في المرتبة الخامسة بمجموع 268
- وفي المرتبة الأخيرة الدوافع السياسية بمجموع 160

ومن هذا الترتيب يتضح أن هناك اختلاف في ترتيب الدوافع وفقا لمتغير الجنس فقد جاءت بالنسبة للذكور الدوافع الترفيهية في المرتبة الأولى، وقد يعود ذلك لعدم النضج في استخدام المدونات سيما وأن هذه الظاهرة حديثة في الجزائر، في حين جاءت الدوافع الاجتماعية في المرتبة الأولى بالنسبة للإناث وربما يعود ذلك أن الإناث يبحثون عن التواصل الاجتماعي في العالم الافتراضي أكثر من الذكور متجاوزين القيود الاجتماعية المفروضة عليهم في العالم الحقيقي، إضافة إلى رغبتهم في التعبير بعيدا عن الرقابة الاجتماعية.

يتضح من خلال الجدول (35) أن ترتيب دوافع التدوين حسب المستوى التعليمي جاء كالآتي :

بالنسبة للمستوى الثانوي :

- جاءت دوافع التدوين الترفيهية في المرتبة الأولى بمجموع 185
- تليها الدوافع الاجتماعية بمجموع 182
- ثم جاءت الدوافع النفسية في المرتبة الثالثة بمجموع 176
- تليها الدوافع المعرفية في المرتبة الرابعة بمجموع 163
- ثم في المرتبة الخامسة الدوافع الإعلامية بمجموع 109
- وفي الأخير الدوافع السياسية بمجموع 86

بالنسبة للمستوى الجامعي جاء الترتيب كالآتي:

- جاءت الدوافع الترفيهية في المرتبة الأولى بمجموع 337
- تليها الدوافع الاجتماعية بمجموع 332
- ثم الدوافع المعرفية بمجموع 330
- وبعدها الدوافع الإعلامية بمجموع 327
- ثم الدوافع النفسية بمجموع 254
- وفي الأخير الدوافع السياسية بمجموع 231

أما بالنسبة لمستوى الدراسات العليا:

- جاءت الدوافع المعرفية في المرتبة الأولى بمجموع 211
- تليها الدوافع الاجتماعية بمجموع 204
- ثم الدوافع الإعلامية في المرتبة الثالثة بمجموع 196
- بعدها الدوافع السياسية بمجموع 184
- وفي الأخير الدوافع النفسية بمجموع 154

ومن خلال الجدول يتضح أن هناك اختلاف في ترتيب دوافع التدوين وفقا لمتغير المستوى التعليمي

وقد اتضح أن الدافع الترفيهي جاء في المرتبة الأولى بالنسبة لكل من المستوى الثانوي والجامعي ويعود ذلك لما أسلفنا ذكره هو أن ظاهرة المدونات لا تزال في الجزائر لم تصل إلى درجة النضج، في حين جاء ترتيب الدوافع في مستوى الدراسات العليا مختلفا؛ إذ جاءت الدوافع المعرفية في المرتبة الأولى ويعود ذلك لدرجة الوعي التي يمتاز بها المدونون في هذا المستوى ومحاولة استغلالهم لهذه الخدمة فيما من شأنه أن يساعدهم في مجالات تخصصهم وبحثهم.

يتضح من خلال الجدول(36) الذي يفصل في الأغراض السياسية للتدوين أن **41.78%** من أفراد العينة يدونون للتعبير عن أرائهم السياسية، تليها نسبة **23.47%** يدونون لنقد الأوضاع السياسية،

و**18.78%** للتعليق على مختلف الأحداث السياسية، و**15.02%** يدونون لتقديم معلومات لا تقدمها وسائل الإعلام.

ونلاحظ أن **53.19%** من المبحوثين من المستوى الثانوي يدونون للتعبير عن أرائهم ومواقفهم السياسية، و**19.14%** يدونون للتعليق على مختلف الأحداث السياسية، و**12.76%** لتقديم معلومات لا تقدمها وسائل الإعلام ونفس النسبة لنقد الأوضاع السياسية.

أما المستوى الجامعي فقد جاءت نسبة **50.47%** منهم يدونون للتعبير عن أرائهم ومواقفهم السياسية، و22.85% لنقد الأوضاع السياسية، و**16.19%** للتعليق على مختلف الأحداث السياسية.

أما مستوى الدراسات العليا فإن **28.16%** يدونون لنقد الأوضاع السياسية، ونفس النسبة لتقديم معلومات لا تقدمها وسائل الإعلام، و**19.71%** للتعليق على مختلف الأحداث السياسية، و15.49% للتعبير عن الآراء والمواقف السياسية، و**8.45%** لتقديم تحليلات سياسية.

ويلاحظ أن أكبر نسبة ذكور ثانويين هي **50%** وهم يدونون للتعبير عن الآراء والمواقف السياسية مثلهم مثل أكبر نسبة للإناث في نفس المستوى والتي قدرت ب **56.52%**.

أما أكبر نسبة ذكور جامعيين فهي **44.44%** يدونون للتعبير عن أرائهم ومواقفهم السياسية مثلهم مثل أكبر نسبة للإناث الجامعيات والتي هي **59.52%**.

أما أكبر نسبة ذكور دراسات عليا فهي **35.71%** وهم يدونون لنقد الأوضاع السياسية في حين أكبر نسبة إناث في نفس المستوى يدون لتقديم معلومات لا تقدمها وسائل الإعلام بنسبة **34.48%**.

ومن خلال الجدول نلاحظ ان هناك فروق ذات دلالة إحصائية بين أفراد العينة وفقا لمتغيري الجنس والمستوى التعليمي، ومنه فإن كا2 المحسوبة تساوي (**95.09**)، وهي أكبر من كا2 الجدولية التي تساوي (**31.41**)، تحت درجة الحرية (**20**)، ومستوى الدلالة (**0.05**) وبمستوى ثقة **95%**.

يتضح من خلال الجدول(37) الذي يفصل في الأغراض المعرفية للتدوين أن **25.47%** من أفراد العينة يدونون لتطوير مهاراتهم تليها نسبة **22.67%** يدونون لنشر إبداعاتهم، ونفس النسبة لمشاركة

غيرهم في مختلف المعارف، و**18.63%** لتقديم معلومات للغير، و**10.56%** لنشر البحوث والدراسات.

ويلاحظ أن **33.72%** من أفراد العينة من المستوى الثانوي يدونون لنشر إبداعاتهم و32.55% لمشاركة غيرهم في مختلف المعارف، و**25.35%** لتطوير مهاراتهم، و**6.97%** لتقديم معلومات للغير.

أما بالنسبة للمستوى الجامعي فإن **30.76%** منهم يدونون لتطوير مهاراتهم و**26.15%** لنشر إبداعاتهم، و**20%** لمشاركة غيرهم في مختلف المعارف، و**16.92%** لتقديم معلومات للغير، و**6.15%** لنشر البحوث والدراسات.

أما بالنسبة لمستوى الدراسات العليا فإن **30.18%** يدونون لتقديم معلومات للغير و**23.58%** لنشر البحوث والدراسات، و**18.86%** لتطوير مهاراتهم، و**17.92%** لمشاركة غيرهم في مختلف المعارف، و9.43% لنشر إبداعاتهم.

ونلاحظ أن أكبر نسبة ذكور ثانويين هي **36.36%** وهم يدونون لتطوير مهاراتهم، في حين أن أكبر نسبة إناث من نفس المستوى يدون لمشاركة غيرهم في مختلف المعارف بنسبة **42.86%**.

أما أكبر نسبة ذكور جامعيين فهي **35.21%** وهم يدونون لتطوير مهاراتهم، في حين أكبر نسبة إناث جامعيات فهن يدون لنشر إبداعاتهن بنسبة **27.12%**.

أما بالنسبة لأكبر نسبة ذكور من الدراسات العليا فهي **28.81%** وهم يدونون لتقديم معلومات للغير مثلهم مثل أكبر نسبة إناث من نفس المستوى وهي **31.91%**.

ومن خلال الجدول نلاحظ أن هناك فروق ذات دلالة إحصائية بين أفراد العينة وفقا لمتغيري الجنس والمستوى التعليمي، ومنه فإن كا2 المحسوبة تساوي (**77.84**)، وهي أكبر من كا2 الجدولية التي تساوي (**31.41**) تحت درجة الحرية (**20**) ومستوى الدلالة (**0.05**) وبمستوى ثقة **95%**.

يتضح من خلال الجدول(38) الذي يفصل في الأغراض النفسية للتدوين أن **36.73%** من أفراد العينة يدونون لملأ الفراغ، تليها نسبة **24.49%** يدونون للتخلص من الروتين و**21.22%** للتعبير عن حالات نفسية يمرون بها، و**17.55%** للتخلص من الشعور بالوحدة.

ويلاحظ أن **29.82%** من أفراد العينة من المستوى الثانوي يدونون للتخلص من الروتين و**24.56%** للتخلص من الشعور بالوحدة، ونفس النسبة للتعبير عن حالات نفسية يمرون بها و**21.05%** لملأ الفراغ.

أما المستوى الجامعي فإن **37.59%** لملأ الفراغ، و**26.31%** للتعبير عن حالات نفسية و**18.79%**، و**18.79%** للتخلص من الروتين، و**17.29%** للتخلص من الشعور بالوحدة.

أما بالنسبة لمستوى الدراسات العليا فإن **50.90%**منهم يدونون لملأ الفراغ و**32.72%** للتخلص من الروتين، و**10.90%** للتخلص من الشعور بالوحدة.

ويلاحظ أن أكبر نسبة ذكور ثانويين هي **46.15%** يدونون للتخلص من الروتين، في حين أن أكبر نسبة إناث من نفس المستوى هي **32.26%** يدونون لملأ الفراغ.

أما أكبر نسبة ذكور جامعيين هي **36.11%** وهم يدونون لملأ الفراغ مثلهم مثل أكبر نسبة إناث جامعيين وهي **32.26%**.

أما أكبر نسبة ذكور من الدراسات العليا فهي **46.67%** يدونون لملأ الفراغ مثلهم مثل أكبر نسبة إناث من نفس المستوى بنسبة **56%**.

ومن خلال الجدول نلاحظ أن هناك فروق ذات دلالة إحصائية بين أفراد العينة وفقا لمتغيري الجنس والمستوى التعليمي، ومنه فإن كا2 المحسوبة تساوي (**139.24**)، وهي أكبر من كا2 الجدولية التي تساوي (**24.99**)، تحت درجة الحرية (**15**)، ومستوى الدلالة (**0.05**) وبمستوى ثقة **95%**.

يتضح من خلال الجدول (39) الذي يفصل في الأغراض الاجتماعية للتدوين أن **22.41%** يدونون لخلق صداقات جديدة، تليها نسبة 20.69% يدونون للتواصل مع الآخرين، و**17.24%** لنقد الظواهر الاجتماعية، و**14.48%** للتعبير عن الممنوعات الاجتماعية وبنسبة **14.14%** لخلق علاقات اجتماعية افتراضية.

ويلاحظ أن **32.14%** من أفراد العينة من المستوى الثانوي يدونون لخلق صداقات جديدة، و**25%** يدونون للتعبير عن الممنوعات الاجتماعية، و**16.66%** يدونون للتواصل مع الغير، و**8.33%** لخلق علاقات اجتماعية افتراضية.

أما بالنسبة للجامعيين فإن **23.07%** منهم يدونون للتواصل مع الغير، تليها نسبة **20.51%** يدونون لخلق صداقات جديدة، ونفس النسبة لنقد الظواهر الاجتماعية، و**17.09%** لخلق علاقات اجتماعية افتراضية، و**7.69%** للشهرة.

أما بالنسبة للدراسات العليا فإن **21.34%** منهم يدونون للتواصل مع الغير و**17.97%** للتعبير عن الممنوعات الاجتماعية، و**19.19%** لنقد الظاهر الاجتماعية و**15.73%** لخلق علاقات اجتماعية افتراضية، ونفس النسبة لخلق صداقات جديدة و**8.98%** للتعاون مع الغير.

كما يلاحظ أن أكبر نسبة ذكور ثانويين هي **39.02%** يدونون لخلق صداقات جديدة في حين أن أكبر نسبة إناث هي **30.23%** يدون للتعبير عن الممنوعات الاجتماعية.

أما أكبر نسبة ذكور جامعيين هي **23.44%** يدونون للتواصل مع الغير، في حين أن أكبر نسبة إناث جامعيات هي **24.53%** يدون لنقد الظواهر الاجتماعية.

أما أكبر نسبة ذكور من الدراسات العليا هي **26.09%** وهم يدونون للتواصل مع الغير في حين أن أكبر نسبة إناث هي **23.26%** وذلك للتعبير عن الممنوعات الاجتماعية.

ومن خلال الجدول نلاحظ أن هناك فروق ذات دلالة إحصائية بين أفراد العينة وفقا لمتغيري الجنس والمستوى التعليمي، ومنه فإن كا2 المحسوبة تساوي (**33.12**) وهي أكبر من كا2 الجدولية التي تساوي (**36.41**)، تحت درجة الحرية (**24**)، ومستوى الدلالة (**0.05**) وبمستوى ثقة **95**%.

يتضح من خلال الجدول(40) الذي يفصل في الأغراض الإعلامية للتدوين أن **38.91%** من أفراد العينة يعتبرون مدوناتهم نوعا من الصحافة، تليها نسبة **34.31%** يدونون لنشر المقالات، و**15.90%** يدونون لتحليل القضايا الإعلامية، و**5.44%** لتغطية الأخبار ونفس النسبة لإجراء حوار مع شخصيات.

ويلاحظ أن **55.10%** من أفراد العينة من المستوى الثانوي يعتبرون مدوناتهم نوعا من الصحافة، و**28.57%** يدونون لنشر المقالات، و**14.28%** لتحليل القضايا الإعلامية.

أما المستوى الجامعي فإن **37.93%** يدونون لنشر المقالات، تليها نسبة **30.17%** يعتبرون مدوناتهم نوعا من الصحافة، و**19.82%** لتحليل القضايا الإعلامية.

أما مستوى الدراسات العليا فإن **41.89%** يعتبرون مدوناتهم نوعا من الصحافة، و**32.43%** يدونون لنشر المقالات، و**10.81%** لتحليل القضايا الإعلامية، و**8.10%** لإجراء حوارات مع شخصيات.

ويلاحظ أن أكبر نسبة ذكور ثانويين هي **46.15%** يعتبرون مدوناتهم نوعا من الصحافة مثلهم مثل أكبر نسبة إناث من نفس المستوى وهي **65.22%**.

أما أكبر نسبة ذكور جامعيين هي **38.89%** يدونون لنشر المقالات مثلهم مثل أكبر نسبة إناث جامعيات بنسبة **36.36%**.

أما أكبر نسبة ذكور من الدراسات العليا فهي **35.71%** وهم يعتبرون مدوناتهم نوعا من الصحافة مثلهم مثل أكبر نسبة إناث من الدراسات العليا وهي **50%**.

ومن خلال الجدول نلاحظ أن هناك فروق ذات دلالة إحصائية بين أفراد العينة وفقا لمتغير المستوى التعليمي، ومنه فإن كا2 المحسوبة تساوي (**45.27**) وهي أكبر من كا2 الجدولية التي تساوي (**31.41**)، تحت درجة الحرية (**20**)، ومستوى الدلالة (**0.05**)، وبمستوى ثقة **95%**.

يتضح من خلال الجدول(41) الذي يفصل في الأغراض الترفيهية للتدوين أن **28.27%** من أفراد العينة يدونون بهدف تمضية الوقت، تليها نسبة **24.89%** يدونون بهدف تبادل الرسائل مع الغير، و**17.30%** لتبادل مقاطع الفيديو والموسيقى، و**16.03%** لكتابة يومياتهم و**13.50%** يدونون بهدف التسلية.

أما بالنسبة للمستوى الثانوي فإن **35.48%** منهم يدونون لتبادل الرسائل مع الغير و**20.96%** يدونون لتبادل مقاطع الفيديو، و**16.12%** لتمضية الوقت ونفس النسبة لكتابة يومياتهم، و**11.29%** يدونون بهدف التسلية.

وفيما يخص المستوى الجامعي فإن **28.45%** يدونون بهدف تمضية الوقت، و**21.13%** لتبادل مقاطع الفيديو، و**20.32%** لتبادل الرسائل مع الغير، و**17.07%** لكتابة يومياتهم، و**13%** يدونون بهدف التسلية.

أما بالنسبة للدراسات العليا فإن **42.30%** يدونون لتمضية الوقت، تليها نسبة **23.07%** لتبادل الرسائل، و**17.30%** يدونون بهدف التسلية، و**13.46%** لكتابة يومياتهم.

يلاحظ أن أكبر نسبة ذكور ثانويين هي **37.50%** وهم يدونون لتبادل الرسائل مع الغير مثلهم مثل أكبر نسبة إناث من نفس المستوى وهي **33.33%**.

أما أكبر نسبة ذكور جامعيين هي **29.41%** بهدف تمضية الوقت مثلهم مثل أكبر نسبة إناث جامعيين بنسبة **27.27%**.

أما أكبر نسبة ذكور من الدراسات العليا هي **37.93%** وهم يدونون بهدف تمضية الوقت مثلهم مثل الإناث بنسبة **47.83%**.

ومن خلال الجدول نلاحظ أن هناك فروق ذات دلالة إحصائية بين أفراد العينة وفقا لمتغير المستوى التعليمي، ومنه فإن كا2 المحسوبة تساوي (**46.32**)، وهي أكبر من كا2 الجدولية التي تساوي (**31.41**)، تحت درجة الحرية (**20**)، ومستوى الدلالة (**0.05**) وبمستوى ثقة **95%**.

يتضح من خلال الجدول(42) أن **52.20%** من أفراد العينة يريدون أن يزيدوا من التدوين، و**36.26%** يريدون أن يبقوا على نفس الدرجة من التدوين، و**7.69%** يريدون أن ينقصوا من التدوين، و**3.85%** يريدون أن يكفوا عن التدوين.

ويلاحظ أن **63.63%** من الثانويين يريدون أن يبقوا على نفس الدرجة من التدوين و**34.09%** يريدون الزيادة في التدوين، و**2.27%** يريدون أن ينقصوا من التدوين ولا أحد يريد أن يكف عن التدوين.

أما بالنسبة للمستوى الجامعي فإن **47.67%** منهم يريدون أن يزيدوا من التدوين، و**31.39%** يريدون أن يبقوا على نفس الدرجة من التدوين، و**13.95%** يريدون أن ينقصوا من التدوين، و**6.97%** يريدون أن يكفوا عن التدوين.

أما بالنسبة لمستوى الدراسات العليا فإن **75%** منهم يريدون الزيادة في التدوين و**21.15%** يريدون أن يبقوا على نفس الدرجة من التدوين، و**1.92%** يريدون أن ينقصوا من التدوين، ونفس النسبة يريدون أن يكفوا عن التدوين.

ويلاحظ أن **56.52%** وهي أكبر نسبة ذكور ثانويين يريدون أن يبقوا على نفس الدرجة من التدوين مثلهم مثل أكبر نسبة إناث ثانوي بنسبة **71.43%**.

أما أكبر نسبة ذكور جامعيين فهي **43.75%** يريدون زيادة التدوين مثلهم مثل أكبر نسبة إناث جامعيات وهي **52.63%**.

أما أكبر نسبة ذكور دراسات عليا هي **68.97%** يريدون زيادة التدوين مثلهم مثل أكبر نسبة إناث من الدراسات العليا وهي **82.61%**.

ومن خلال الجدول نلاحظ أن هناك فروق ذات دلالة إحصائية بين أفراد العينة وفقا لمتغير المستوى التعليمي، ومنه فإن كا2 المحسوبة تساوي (**39.58**)، وهي أكبر من كا2 الجدولية التي تساوي (**24.99**)، تحت درجة الحرية (**15**)، ومستوى الدلالة (**0.05**) وبمستوى ثقة **95%**.

الخاتمـة

خاتمة:

توصلت الدراسة إلى النتائج التالية:

أولا :فيما يتعلق بالمدونين

أ- عادات وأنماط الاستخدام

- توصلت الدراسة إلى أن نسبة **47.25%** من أفراد العينة بدأوا التدوين من مدة سنة إلى ثلاث سنوات، و توجد هناك فروق ذات دلالة إحصائية بين أفراد العينة في الزمن الذي بدأوا فيه التدوين وفقا لمتغيري الجنس والمستوى التعليمي.
- توصلت الدراسة إلى أن **63.29%** من أفراد العينة يملكون مدونة واحدة ولا توجد هناك فروق ذات دلالة إحصائية بين أفراد العينة في عدد المدونات التي يملكونها وفقا لمتغيري الجنس والمستوى التعليمي.
- كشفت الدراسة أن 21.98% من أفراد العينة عادة ما يدونون حسب الظروف وتوجد فروق ذات دلالة إحصائية بين أفراد العينة في درجة التدوين وفقا لمتغيري الجنس والمستوى التعليمي
- أوضحت الدراسة أن **42.86%** من أفراد العينة يقضون من الوقت في التدوين من ساعة إلى ساعتين، وأنه توجد بعض الفروق ذات الدلالة الإحصائية بين أفراد العينة في الوقت الذي يقضيه المدونون في التدوين وفقا لمتغيري الجنس والمستوى التعليمي
- توصلت الدراسة إلى أن **21.43 %** من أفراد العينة يحدثون مدوناتهم كل شهر خمس عشرة يوما، وأنه توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين أفراد العينة وفقا لمتغيري الجنس والمستوى التعليمي
- توصلت الدراسة إلى أن **41.85%** من أفراد العينة يدونون ليلا، و أنه توجد بعض الفروق الصغيرة ذات الدلالة الإحصائية بين أفراد العينة وفقا لمتغير الجنس.
- كشفت الدراسة أن **53.77%** من أفراد العينة يفضلون التدوين في المنزل، وأنه توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين أفراد العينة وفقا لمتغير المستوى التعليمي

- كشفت الدراسة أن **31.52%** من أفراد العينة مدوناتهم ثقافية متنوعة، وأنه توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين أفراد العينة وفقا لمتغيري الجنس والمستوى التعليمي
- أوضحت الدراسة أن **26.84%** من أفراد العينة يعتمدون على مواقع الانترنيت كمرجع للتدوين، وأنه توجد في ذلك فروق ذات دلالة إحصائية بين أفراد العينة وفقا لمتغيري الجنس والمستوى التعليمي.
- توصلت الدراسة إلى أن **42.31%** من أفراد العينة يقرؤون أحيانا مدونات غيرهم وأنه توجد في ذلك بعض الفروق ذات الدلالة الإحصائية بين أفراد العينة وفقا لمتغير المستوى التعليمي.
- توصلت الدراسة إلى أن **62.64%** من أفراد العينة يستخدمون اسما مستعارا في التدوين، في حين **37.36%** يستخدمون اسما حقيقيا، وأنه توجد في ذلك بعض الفروق ذات الدلالة الإحصائية بين أفراد العينة وفقا لمتغير الجنس.
- أوضحت الدراسة أن **58.24%** من أفراد العينة يستخدمون الروابط في مدوناتهم و**41.76%** لا يستخدمونها، وأن هناك في ذلك بعض الفروق ذات الدلالة الإحصائية بين أفراد العينة وفقا لمتغير الجنس.
- توصلت الدراسة إلى أن **83.52 %** من أفراد العينة يسمحون بالتعليق على مدوناتهم، في حين أن **16.48%** لا يسمحون بالتعليق، ويتضح في ذلك أنه لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين أفراد العينة وفقا لمتغيري الجنس والمستوى التعليمي
- توصلت الدراسة إلى أن **48.03%** من أفراد العينة يردون على التعاليق حسب أهميتها، و**43.42%** يردون عليها حسب الظروف، و**8.55%** لا يردون على التعاليق، وأنه توجد في ذلك فروق صغيرة ذات دلالة إحصائية بين أفراد العينة وفقا لمتغيري الجنس والمستوى التعليمي.

ب- دوافع التدوين

. أن ترتيب دوافع التدوين حسب الجنس جاء كالآتي :

بالنسبة للذكور:

- جاءت الدوافع الترفيهية في المرتبة الأولى بمجموع 668
- جاءت الدوافع الاجتماعية في المرتبة الثانية بمجموع 427

في حين بالنسبة للإناث فقد جاء الترتيب كما يلي:

- الدوافع الاجتماعية في المرتبة الأولى بمجموع 382
- تليها الدوافع الترفيهية بمجموع 317

أن ترتيب دوافع التدوين حسب المستوى التعليمي جاء كالآتي :

بالنسبة للمستوى الثانوي :

- جاءت دوافع التدوين الترفيهية في المرتبة الأولى بمجموع 185
- تليها الدوافع الاجتماعية بمجموع 182

بالنسبة للمستوى الجامعي جاء الترتيب كالآتي:

- جاءت الدوافع الترفيهية في المرتبة الأولى بمجموع 337
- تليها الدوافع الاجتماعية بمجموع 332
- جاءت الدوافع المعرفية في المرتبة الأولى بمجموع 211
- تليها الدوافع الاجتماعية بمجموع 204
- توصلت الدراسة فيما يتعلق بالأغراض السياسية للتدوين أن **41.78%** من أفراد العينة يدونون للتعبير عن أرائهم السياسية، تليها نسبة **23.47%** يدونون لنقد الأوضاع

السياسية، وأن هناك في ذلك فروق ذات دلالة إحصائية بين أفراد العينة وفقا لمتغيري الجنس والمستوى التعليمي.

- توصلت الدراسة فيما يتعلق بالأغراض المعرفية للتدوين أن **25.47%** من أفراد العينة يدونون لتطوير مهاراتهم، وأن هناك في ذلك فروق ذات دلالة إحصائية بين أفراد العينة وفقا لمتغيري الجنس والمستوى التعليمي.
- توصلت الدراسة فيما يتعلق بالأغراض النفسية للتدوين أن **36.73%** من أفراد العينة يدونون لملأ الفراغ، تليها نسبة **24.49%** يدونون للتخلص من الروتين، وأن هناك في ذلك فروق ذات دلالة إحصائية بين أفراد العينة وفقا لمتغيري الجنس والمستوى التعليمي.
- توصلت الدراسة فيما يتعلق بالأغراض الاجتماعية للتدوين أن **22.41%** يدونون لخلق صداقات جديدة، تليها نسبة 20.69% يدونون للتواصل مع الآخرين، وأن هناك في ذلك فروق ذات دلالة إحصائية بين أفراد العينة وفقا لمتغيري الجنس والمستوى التعليمي.
- توصلت الدراسة فيما يتعلق بالأغراض الإعلامية للتدوين أن **38.91%** من أفراد العينة يعتبرون مدوناتهم نوعا من الصحافة تليها نسبة **34.31%** يدونون لنشر المقالات،و أن هناك في ذلك فروق ذات دلالة إحصائية بين أفراد العينة وفقا لمتغير المستوى التعليمي.
- توصلت الدراسة فيما يتعلق بالأغراض الترفيهية للتدوين أن **28.27%** من أفراد العينة يدونون بهدف تمضية الوقت، تليها نسبة **24.89%** يدونون بهدف تبادل الرسائل مع الغير،وأن هناك في ذلك فروق ذات دلالة إحصائية بين أفراد العينة وفقا لمتغير المستوى التعليمي.
- توصلت الدراسة إلى أن **52.20%** من أفراد العينة يريدون أن يزيدوا من التدوين و**36.26%** يريدون أن يبقوا على نفس الدرجة من التدوين، وأن هناك في ذلك فروق ذات دلالة إحصائية بين أفراد العينة وفقا لمتغير المستوى التعليمي

أما فيما يتعلق بقراء المدونات فقد توصلت الدراسة إلى النتائج التالية:

- توصلت الدراسة إلى أن**85.71 %** من أفراد العينة يمتلكون مدونة واحدة، و**14.29%** لا يملكون مدونة، ولا توجد هناك فروق ذات دلالة إحصائية بين أفراد العينة وفقا لمتغيري الجنس والمستوى التعليمي
- كشفت الدراسة أن **21.33%** من أفراد العينة مدوناتهم أدبية، و**20.85%** مدوناتهم علمية متخصصة و**19.91%** مدوناتهم ثقافية متنوعة، و**14.69%** مدوناتهم اجتماعية، وتوجد هناك فروق ذات دلالة إحصائية بين أفراد العينة وفقا لمتغيري الجنس والمستوى التعليمي.
- توصلت الدراسة إلى أن **53.57%** من أفراد العينة بدأوا قراءة المدونات منذ أقل من سنة، و**30.61%** بدأوا قراءتها من سنة إلى ثلاث سنوات.
- كشفت الدراسة أن **36.22%** من أفراد العينة يقضون أقل من ساعة في قراءة المدونات، تليها نسبة **33.16%** يقضون من ساعة إلى ساعتين، و**30.61%** من ثلاث ساعات فأكثر، وتوجد هناك فروق ذات دلالة إحصائية بين أفراد العينة وفقا لمتغيري الجنس والمستوى التعليمي.
- توصلت الدراسة إلى أن **43.66%** أفراد العينة يقرؤون المدونات ليلا، و**20.66%** بعد منتصف الليل، وأنه لا توجد هناك فروق ذات دلالة إحصائية بين أفراد العينة.
- كشفت الدراسة أن **20.79%** من أفراد العينة يزورون المدونات على موقع مكتوب، و**20.53%** على موقع blog dz، و**18.95%** على موقع blogger وأن هناك فروق ذات دلالة إحصائية بين أفراد العينة وفقا لمتغيري الجنس والمستوى التعليمي.
- كما توصلت الدراسة إلى أن **23.33%** من أفراد العينة يقرؤون المدونات العلمية و**20.33%** يقرؤون المدونات الثقافية المتنوعة، و**15.33%** يقرؤون المدونات الاجتماعية، وأن هناك فروق ذات دلالة إحصائية بين أفراد العينة وفقا لمتغير المستوى التعليمي.

- و وتوصلت الدراسة إلى أن **40.82%** من أفراد العينة يقرؤون من مدونتين إلى ثلاث مدونات، ونفس النسبة يقرؤون أربع مدونات فأكثر، و**18.37%** يقرؤون مدونة واحدة، وأن هناك فروق ذات دلالة إحصائية بين أفراد العينة وفقا لمتغيري الجنس والمستوى التعليمي.
- كشفت الدراسة أن **40.85%** من أفراد العينة يقرؤون المدونات العربية و**31.91%** يقرؤون المدونات الجزائرية، و**27.23%** يقرؤون المدونات الأجنبية، وأن هناك فروق صغيرة ذات دلالة إحصائية بين أفراد العينة وفقا لمتغيري الجنس والمستوى التعليمي.
- توصلت الدراسة إلى أن **41.03%** من أفراد العينة يقرؤون المدونات باللغة العربية، وبنسبة مقاربة **40.89%** باللغة الفرنسية، و**17.81%** يقرؤونها باللغة الانجليزية وأن هناك فروق ذات دلالة إحصائية بين أفراد العينة وفقا لمتغيري الجنس والمستوى التعليمي.
- توصلت الدراسة إلى أن **15.81%** من أفراد العينة يحملون من المدونات الكتب، وبنسبة مقاربة **15.20%** يحملون مقاطع الفيديو، و**13.98%** يحملون البحوث وأن هناك فروق ذات دلالة إحصائية بين أفراد العينة وفقا لمتغيري الجنس والمستوى التعليمي.
- توصلت الدراسة إلى أن **36.37%** من أفراد العينة يعلقون على مضمون المدونة أحيانا، و**19.90%** يعلقون عليها نادرا، و**17.35%** يعلقون عليها غالبا و**13.78%** لا يعلقون عليها، و**12.24%** يعلقون على مضمون المدونات دائما. وأنه لا توجد هناك فروق ذات دلالة إحصائية بين أفراد العينة.
- أن دوافع قراءة المدونات وفقا لمتغير الجنس جاءت كالآتي

بالنسبة للذكور:

- جاءت الدوافع المعرفية في المرتبة الأولى بمجموع 484
- تليها الدوافع الإعلامية في المرتبة الثانية بمجموع 455

بالنسبة للإناث :

- الدوافع المعرفية في المرتبة الأولى بمجموع 424
- تليها الدوافع الاجتماعية في المرتبة الثانية بمجموع 385

وأن ترتيب دوافع قراءة المدونات وفقا لمتغير المستوى التعليمي جاءت كالآتي:

- **بالنسبة للمستوى الثانوي:**

- جاءت الدوافع المعرفية في المرتبة الأولى بمجموع 281 -
- تليها الدوافع الترفيهية بمجموع 258

وبالنسبة للمستوى الجامعي جاء الترتيب كالآتي: -

- الدوافع المعرفية في المرتبة الأولى بمجموع 338
- تليها الدوافع الاجتماعية بمجموع326

بالنسبة لمستوى الدراسات العليا:

- جاءت الدوافع المعرفية في المرتبة الأولى بمجموع 290
- تليها الدوافع الإعلامية بمجموع 265
- كشفت الدراسة فيما يتعلق بالدوافع المعرفية أن **25.83**% من أفراد العينة يقرؤون المدونات لزيادة ثقافتهم العامة، وبنسبة قريبة جدا هي **25.50**% لكونها مصدر للمعلومات، وأن بعض الفروق الصغيرة ذات الدلالة الإحصائية بين أفراد العينة وفقا لمتغير الجنس والمستوى التعليمي.
- كشفت الدراسة أن **31.72**% من أفراد العينة يقرؤون المدونات للإطلاع على التحاليل التي لا تقدمها وسائل الإعلام، و**28.19**% يقرؤونها لحرية الرأي السياسي وأن هناك فروق صغيرة ذات دلالة إحصائية بين أفراد العينة وفقا لمتغيري الجنس والمستوى التعليمي.

- كشفت الدراسة فيما يتعلق بالدوافع النفسية أن **29.36%** يقرؤون المدونات لملأ الفراغ، و**25.69%** للتخلص من الروتين، و**24.31%** لتحقيق العادة ومنه فإن هناك فروق ذات دلالة إحصائية بين أفراد العينة وفقا لمتغيري الجنس والمستوى التعليمي
- كشفت الدراسة فيما يتعلق بالدوافع الاجتماعية أن **28.39%** من أفراد العينة يقرؤون المدونات للتواصل مع غيرهم، و**27.54%** لكسب أصدقاء جدد، و**22.88%** لإقامة علاقات اجتماعية افتراضية، وأن هناك فروق ذات دلالة إحصائية بين أفراد العينة وفقا لمتغيري الجنس والمستوى التعليمي.
- كشفت الدراسة فيما يتعلق بالدوافع السياسية أن **25.23%** من أفراد العينة يقرؤون المدونات للإطلاع على مختلف وجهات النظر، وبنسبة **19.72%** لإبداء الآراء، وأنه توجد هناك فروق صغيرة ذات دلالة إحصائية بين أفراد العينة وفقا لمتغير الجنس.
- كشفت الدراسة فيما يتعلق بالدوافع الترفيهية أن **36.62%** من أفراد العينة يقرؤون المدونات لتمضية الوقت، و**29.11%** للتسلية، و**17.84%** لقراءة الخواطر، وأن هناك فروق ذات دلالة إحصائية بين أفراد العينة وفقا لمتغيري الجنس والمستوى التعليمي.
- كشفت الدراسة أن **52.04%** من أفراد العينة يريدون أن يبقوا على نفس الدرجة من قراءة المدونات، وأن **21.43%** يريدون أن يزيدوا من قراءة المدونات، و**18.88%** يريدون الإنقاص من قراءة المدونات، و**7.65%** يريدون أن يكفوا عن قراءتها.

الملاحق

جامعة الحاج لخضر باتنة

كلية الحقوق

قسم علوم الإعلام والاتصال

ـــ استمارة بحث بعنوان ـــ

المدونات الالكترونية في الجزائر

دراسة في الاستخدامات والاشباعات

ـــــــ

بين أيديكم استمارة استبيان **خاصة بالمدونين** في إطار انجاز مذكرة لنيل شهادة الماجستير.

نرجو منكم الإجابة على الأسئلة بكل صدق وموضوعية ونتعهد بالمحافظة على سرية المعلومات وعدم استعمالها إلا لغرض البحث العلمي.

- **ملاحظة**: ضع علامة (**X**)في خانات الإجابة الصحيحة.

إعداد الطالب: سوهيلة بضياف

تحت إشراف: د/ رحيمة عيساني

السنة الجامعية: 2010/2009

البيانات الشخصية

الجنس: ذكر ☐ أنثى ☐

المستوى التعليمي: - ثانوي ☐ - جامعي ☐ - دراسات عليا ☐

الولاية : ورقلة ☐ - باتنة ☐ - الجزائر ☐

المحور الأول:عادات المدونين في عملية التدوين:

1- منذ متى وأنت تستخدم الانترنت ؟

- أقل من سنة ☐
- من سنة إلى 5 سنوات ☐
- من 5 سنوات إلى 10 سنوات ☐
- من 10 سنوات فأكثر ☐

2- ما هي دوافع استخدامك للانترنت

- معرفة الأخبار المحلية والدولية ☐
- اكتساب معارف ومهارات جديدة ☐
- انجاز البحوث ☐
- البحث عن فرص عمل ☐
- التعلم ☐
- إقامة صداقات ☐
- المتعة والترفيه ☐

أخرى أذكرها......................

3- ماهي خدمات الانترنت التي تفضلها؟

- نقل الملفات ☐
- الربط عن بعد ☐
- البريد الإلكتروني ☐
- الدردشة ☐
- مجموعات الأخبار ☐

- خدمة الويب

4- ما الوقت الذي تقضية عادة في استخدام الانترنت يوميا؟

- ساعة
- ساعتين
- ثلاث ساعات
- أربع ساعات
- خمس ساعات فأكثر

5- منذ متى وأنت تدون؟

- منذ أقل من سنة
- من سنة إلى 3 سنوات
- من 3سنوات فأكثر

6- ماهو عدد المدونات التي تديرها على الشبكة ؟

- مدونة واحدة - مدونتين - ثلاث مدونات فأكثر

7- هل تدون عادة؟

-مرة واحدة في الأسبوع
-مرتان في الأسبوع
-ثلاث مرات في الأسبوع
-أربع مرات في الأسبوع
-خمس مرات في الأسبوع
-ست مرات في الأسبوع
- يوميا
-حسب الظروف

8-ما مقدار الوقت الذي تقضيه عادة في التدوين في كل مرة؟

-أقل من ساعة
-من ساعة إلى ساعتين
-من ساعتين إلى ثلاث ساعات

-من ثلاث إلى أربع ساعات

-من أربع إلى خمس ساعات

-من خمس إلى ست ساعات

-أكثر من ست ساعات

9- هل تحدث مدونتك ؟

-مرة في الأسبوع

- مرتين في الأسبوع

- ثلاث مرات في الأسبوع

-أربع مرات في الأسبوع

-خمس مرات في الأسبوع

-ست مرات في الأسبوع

- كل يوم

-كل خمسة عشر يوما

-كل شهر

10- ماهي الأيام التي تدون فيها غالبا ؟

- السبت - الأحد - الاثنين - الثلاثاء

- الأربعاء - الخميس - الجمعة - كل الأيام

11- ماهي الفترات المفضلة لديك للتدوين؟

- صباحا - زوالا - مساء - ليلا - بعد منتصف الليل

12- عادة أين تدون ؟

- في مقهى الانترنت

- في المنزل

- في العمل

- أماكن الدراسة

- أماكن أخرى أذكرها..........................

13- هل تدون عادة؟

- بمفردك ☐
- مع أفراد العائلة ☐
- مع الأصدقاء ☐

المحور الثاني :أنماط المدونين في التدوين:

14- ما نوع مدونتك الرئيسية؟

- اجتماعية ☐ – سياسية ☐ – اقتصادية ☐ – فنية ☐ –رياضية ☐
- أدبية ☐ – علمية متخصصة ☐ – ثقافية متنوعة ☐
- أخرى: أذكرها ....

15- ما هي مراجعك في التدوين؟

- الكتب ☐ – محاضرات الأساتذة في التخصص ☐ – ثقافتك ومعارفك العامة ☐
- المقالات ☐ – وسائل الإعلام ☐ – مواقع الانترنت ☐ –مدونات أخرى ☐
- أخرى أذكرها...........................

16- ماهي خدمة استضافة التدوين التي تدون فيها ؟

- جيران ☐ – تدوين ☐ – Blogger ☐
- مكتوب ☐ – مدونتي ☐ – Word press ☐
- مجالسنا ☐ Blog DZ ☐
- أخرى: أذكرها..................................

17- بأي لغة تدون؟

- لغة عربية ☐ – لغة فرنسية ☐ – انجليزية ☐
- لغات أخرى أذكرها............................

18- هل تقرأ مدونات غيرك؟

-دائما ☐ – غالبا ☐ – أحيانا ☐ – نادرا ☐ – أبدا ☐

19-أي من العناصر التالية تستخدمها أكثر في التدوين؟

-نصوص ☐ – مقاطع فيديو ☐ – مقاطع صوتية ☐

20- ما الاسم الذي تستخدمه في التدوين:

- اسمك الحقيقي ☐

- اسم مستعار ☐

21 -إذا كنت تستخدم اسمك الحقيقي هل لأنك:

- تشعر بالسعادة لظهور اسمك ☐
- مقتنع بما تكتب ☐
- الشهرة ☐
- لا تخاف أن يضايقك أحد ☐
- أخرى: أذكرها..............................

22- إذا كنت تستخدم اسما مستعارا هل لأنك:

- لاتريد أن يصنفك أحد في اتجاه معين ☐
- تريد أن تكتب بدون قيد ☐
- لاتريد أن يتعرف عليك أحد ☐
- أخرى: أذكرها..................................

23-هل تستخدم الروابط في مدونتك؟ (Les liens) (Links)

- نعم ☐
- لا ☐

24-إذا كانت الإجابة بـ نعم: إلى أي شيء تكون إحالة الروابط التي ترفقها بمدونتك؟

- مدونات أخرى ☐
- مواقع ومحركات بحث ☐
- وسائل إعلام ☐
- أخرى : أذكرها.................................

25-أي من الخدمات التالية تستخدمها في مدونتك؟

- خدمة خلاصة المدونة (RSS Feeds) ☐
- خدمة التعقيب (Track back) ☐
- عداد لعرض الزائرين للمدونة (counters) ☐

- محرك للبحث عن الموضوعات في أرشيف المدونة (Search engine) ☐

- استطلاع التصويت ☐

26-هل تسمح بالتعليق على مدونتك؟

- نعم ☐

- لا ☐

27-إذا كان الجواب بـ نعم هل ترد على التعليقات؟

- حسب الظروف ☐

- حسب أهمية التعليق ☐

-لا ترد ☐

المحور الثالث:دوافع المدونين للتدوين

28-رتب من 1 إلى 6 دوافع التدوين

- دوافع سياسية ☐
- دوافع معرفية ☐
- دوافع نفسية ☐
- دوافع اجتماعية ☐
- دوافع إعلامية ☐
- دوافع ترفيهية ☐

29-أنت تدون للأغراض السياسية التالية:

- التعبير عن آرائك ومواقفك السياسية ☐ - نقد الأوضاع السياسية ☐

- تقديم معلومات لاتقد مها وسائل الإعلام ☐ - التعليق على مختلف الأحداث سياسية ☐

-تقديم تحليلات سياسية ☐

-أخرى: أذكرها............................

30-أنت تدون للأغراض المعرفية التالية :

- تقديم معلومات للغير ☐ - نشر إبداعاتك ☐ -تطوير مهاراتك ☐
- مشاركة غيرك في مختلف المعارف ☐-نشر البحوث والدراسات ☐
-أخرى أذكرها.......................................

31-أنت تدون للأغراض النفسية التالية:

- ملأ الفراغ ☐ - التخلص من الروتين ☐
- التخلص من الشعور بالوحدة ☐ - التعبير عن حالات نفسية تمر بها ☐
-أخرى: أذكرها.......................................

32-أنت تدون للأغراض الاجتماعية التالية:

الشهرة ☐ - التواصل مع الآخرين ☐ - خلق صداقات جديدة ☐
-نقد الظواهر الاجتماعية ☐ - خلق علاقات اجتماعية افتراضية ☐
- التعاون مع الغير ☐ -التعبير عن الممنوعات الاجتماعية ☐
-أخرى: أذكرها.......................................

33-أنت تدون للأغراض الإعلامية التالية:

- تعتبر مدونتك نوعا من الصحافة ☐- تغطية الأخبار ☐
- تحليل مختلف القضايا لإعلامية ☐ - نشر المقالات ☐
- إجراء حوارات مع شخصيات ☐
- أخرى: أذكرها....................

34-أنت تدون للأغراض الترفيهية التالية؟

- تمضية الوقت ☐ - تبادل مقاطع الفيديو والموسيقى ☐ -التسلية ☐
- كتابة يومياتك ☐ - تبادل الرسائل مع الغير ☐
-أخرى: أذكرها...................................

35-هل تنوي مستقبلا:

- أن تزيد من التدوين ☐
- أن تنقص من التدوين ☐
- أن تبقى على نفس درجة التدوين ☐
- أن تكف عن التدوين ☐

جامعة الحاج لخضر باتنة

كلية الحقوق

قسم علوم الإعلام والاتصال

ــــ استمارة بحث بعنوان ــــ

المدونات الالكترونية في الجزائر

دراسة في الاستخدامات والاشباعات

بين أيديكم استمارة استبيان **خاصة بقراء المدونات** في إطار انجاز مذكرة لنيل شهادة الماجستير.

نرجو منكم الإجابة على الأسئلة بكل صدق وموضوعية ونتعهد بالمحافظة على سرية المعلومات وعدم استعمالها إلا لغرض البحث العلمي.

- **ملاحظة**: ضع علامة (X)في خانات الإجابة الصحيحة.

إعداد الطالب: سوهيلة بضياف

تحت إشراف: د/ رحيمة عيساني

السنة الجامعية: 2010/2009

البيانات الشخصية

الجنس: ذكر ☐ أنثى ☐

المستوى التعليمي: - ثانوي ☐ - جامعي ☐ - دراسات عليا ☐

الولاية: - ورقلة ☐ - باتنة ☐ - الجزائر العاصمة ☐

- المحور الأول: عادات قراء المدونات

1- منذ متى وأنت تستخدم الانترنت ؟

- اقل من سنة ☐
- من سنة إلى 5 سنوات ☐
- من 5 سنوات إلى 10 سنوات ☐
- من 10 سنوات فأكثر ☐

2- ما هي دوافع استخدامك للانترنت

- معرفة الأخبار المحلية والدولية ☐
- اكتساب معارف ومهارات جديدة ☐
- انجاز البحوث ☐
- البحث عن فرص عمل ☐
- التعلم ☐
- إقامة صداقات ☐
- المتعة والترفيه ☐

أخرى أذكرها.............................

3- ماهي خدمات الانترنت التي تفضلها؟

- نقل الملفات ☐
- الربط عن بعد ☐
- البريد الإلكتروني ☐
- الدردشة ☐
- مجموعات الأخبار ☐

- خدمة الويب ☐

4- ما الوقت الذي تقضية عادة في استخدام الانترنت يوميا؟

- ساعة ☐
- ساعتين ☐
- ثلاث ساعات ☐
- أربع ساعات ☐
- خمس ساعات فأكثر ☐

5- هل تملك مدونة إلكترونية؟

- نعم ☐
- لا ☐

6- إذا كانت الإجابة بنعم فما هو نوعها؟

- اجتماعية ☐ - سياسية ☐ - اقتصادية ☐ - فنية ☐ -رياضية ☐

- أدبية ☐ علمية متخصصة ☐ - ثقافية متنوعة ☐

- أخرى أذكرها ....

7- ماهي دوافع إنشائك لها؟

- نشر المقالات ☐ - التعبير عن آرائك ☐ - نشر إبداعاتك ☐ - الترفيه ☐

- تقديم معلومات للغير ☐ - مشاركة غيرك في مختلف المعارف ☐

- إقامة صداقات افتراضية ☐

-أخرى أذكرها.......................................

8- هل تقرأ المدونات؟

-دائما ☐ - غالبا ☐ - أحيانا ☐ - نادرا ☐ - أبدا ☐

9- منذ متى وأنت تقرأ المدونات؟

- منذ أقل من سنة ☐
- من سنة إلى ثلاث سنوات ☐
- من ثلاث إلى خمس سنوات ☐

-خمس سنوات فأكثر

10-ما مقدار الوقت الذي تقضيه عادة في قراءة المدونات؟

- أقل من ساعة
- من ساعة إلى ساعتين
- 3 ساعات فأكثر

11-ماهي الأيام التي تقرأ فيها المدونات ؟

- السبت - الأحد - الاثنين - الثلاثاء
- الأربعاء - الخميس - الجمعة -كل أيام الأسبوع

12-ماهي الفترات المفضلة لديك لقراءة المدونات ؟

- صباحا -زوالا - مساء - ليلا -بعد منتصف الليل

13-أين تقرأ المدونات؟

- في مقهى الانترنت
- في المنزل
- في العمل
- أماكن الدراسة
- أخرى: أذكرها...........................

14-هل تقرأ المدونات عادة؟

- بمفردك
- مع الأصدقاء والزملاء
- مع أفراد العائلة

المحور الثاني:أنماط قراء المدونات

15-ماهي مواقع استضافة المدونات التي تزورها؟

- جيران - تدوين - Blogger
- مكتوب - مدونتي - Word press
- مجالسنا -Blog DZ

-أخرى: أذكرها.................................

16- ماهي نوعية المدونات التي تزورها؟

- مدونات اجتماعية ☐ - مدونات فنية ☐
- مدونات سياسية ☐ - مدونات أدبية ☐
- مدونات اقتصادية ☐ - مدونات متنوعة ☐
- مدونات علمية ☐ -مدونات رياضية ☐
- أخرى: أذكرها ....

17- **كم مدونة تقرأ في الزيارة الواحدة لمواقع المدونات؟**

- مدونة واحدة ☐
- من مدونتين إلى 3 مدونات ☐
- أربع مدونات فأكثر ☐

18- ماهي المدونات التي تفضل قراءتها ؟

المدونات الجزائرية ☐ - المدونات العربية ☐ -المدونات الأجنبية ☐

19- إذا كنت تقرأ المدونات الجزائرية فذلك لأنها :

- تطرح مواضيع مهمة ☐ - تعالج قضايا تهمك ☐
- مدونات احترافية ☐ - تقدم معلومات متخصصة ☐
- تقدم معلومات صادقة ☐ - تهتم بكل المجالات الحيوية ☐
- أخرى: أذكرها..............................

20- إذا كنت لا تقرأ المدونات الجزائرية فذلك لأنها:

- تطرح مواضيع تافهة ☐ - لا تتعمق في طرح المواضيع ☐
- ليست احترافية ☐ - تعالج قضايا لا تهمك ☐
- تقدم معلومات خاطئة ☐ - مصادرها غير موثوقة ☐

أخرى: اذكرها..........................

21-**ماهي المدونات التي تفضل قراءتها من حيث اللغة؟**

- باللغة العربية ☐ - مدونات باللغة الفرنسية ☐
- مدونات باللغة الانجليزية ☐
- بلغات أخرى أذكرها..........................

22–ما هي أهم الملفات التي تحملها من المدونات ؟

– أخبار ☐ – صور ☐ – مقاطع فيديو ☐ – كتب ☐

– أغاني ☐ – أفلام ☐ – مقالات متخصصة ☐ – بحوث ☐

أخرى: أذكرها..

23–عندما تعثر على ما تريد في المدونة عادة ما:

–تقرأه فقط ☐ – تطبعه ☐ – تحمله ☐ – تكتبه بيدك ☐

24–ما الذي تقرأه أكثر في المدونات:

– العناوين ☐ – المقالات ☐ – التعليقات ☐

25– ما الذي تستخدمه أكثر في المدونة

– أرشيف المدونة ☐

– روابط المدونة ☐

– محرك البحث عن أرشيف المدونة ☐

26– هل تقوم بالتعليق على مضمون المدونات؟

– دائما ☐ – غالبا ☐ – أحيانا ☐ – نادرا ☐ – أبدا ☐

27– إذا كان الجواب بدائما،غالبا، أحيانا: تقوم بالتعليق عادة لأنك:

– تريد مشاركة المدون في الموضوع ☐ –لأنك تعرف المدون ☐

– تضيف تفاصيل مكملة ☐ – تشكر المدون ☐ – التعليق على موضوع يستفزكم ☐

–أخرى: أذكرها......................

28– إذا كان الجواب بـ نادرا أو أبدا : فإنك لا تقوم بالتعليق لأنه:

– يوجد حافز للتعليق ☐

– المدونون لا يرحبون بوجهات النظر ☐

– التعليق عملية مملة ☐

–أخرى: اذكرها............................

المحور الثالث:دوافع قراءة المدونات

29-رتب من 1 إلى 6 دوافع قراءتك للمدونات:

- دوافع معرفية ☐
- دوافع سياسية ☐
- دوافع نفسية ☐
- دوافع اجتماعية ☐
- دوافع إعلامية ☐
- دوافع ترفيهية ☐

30-أنت تقرأ المدونات للأغراض المعرفية التالية :

- مصدرا للمعلومات ☐ - تزيد من ثقافتك العامة ☐ - تقدم تحاليل تفيدك ☐
- تزودك بمعلومات علمية ☐ - تساعدك في انجاز بحوثك ☐
- أخرى: أذكرها........

31-أنت تقرأ المدونات للأغراض السياسية التالية :

-الإلمام بمستجدات القضايا السياسية ☐ - حرية الرأي السياسي ☐

-الإطلاع على تحاليل لا تقدمها وسائل الإعلام ☐-تكشف أسرارا سياسية خفية

أخرى : أذكرها...............................

32- أنت تقرأ المدونات للأغراض النفسية التالية:

- ملأ الفراغ ☐ - التخلص من الروتين ☐ - التخلص من الوحدة ☐
- تحقيق العادة ☐

أخرى أذكرها...........

***33- أنت تقرأ المدونات للاغراض*الاجتماعية التالية:**

- التواصل مع الغير ☐ - إقامة علاقات اجتماعية افتراضية ☐
- كسب أصدقاء جدد ☐ - إيجاد حلول لمشكلاتك الاجتماعية ☐

أخرى: أذكرها..........

34 – أنت تقرأ المدونات للاغرض الإعلامية التالية:

- معرفة الأخبار المحلية والدولية ☐ – قراءة مختلف التحاليل الإعلامية ☐
- المشاركة بإبداء آراءك ☐ – الإطلاع على مختلف وجهات النظر ☐
- تعتبر المدونات بديلا عن وسائل الإعلام ☐

أخرى أذكرها..........................

35– أنت تقرأ المدونات للأغراض الترفيهية التالية:

- تمضية الوقت ☐ – تحميل الموسيقى ومقاطع الفيديو ☐ –كتابة الخواطر ☐
- التسلية ☐

أخرى أذكرها.....................................

37– هل تثق في المعلومات التي تقدمها لك المدونات ؟

- دائما ☐ – غالبا ☐ – أحيانا ☐ – نادرا ☐ – أبدا ☐

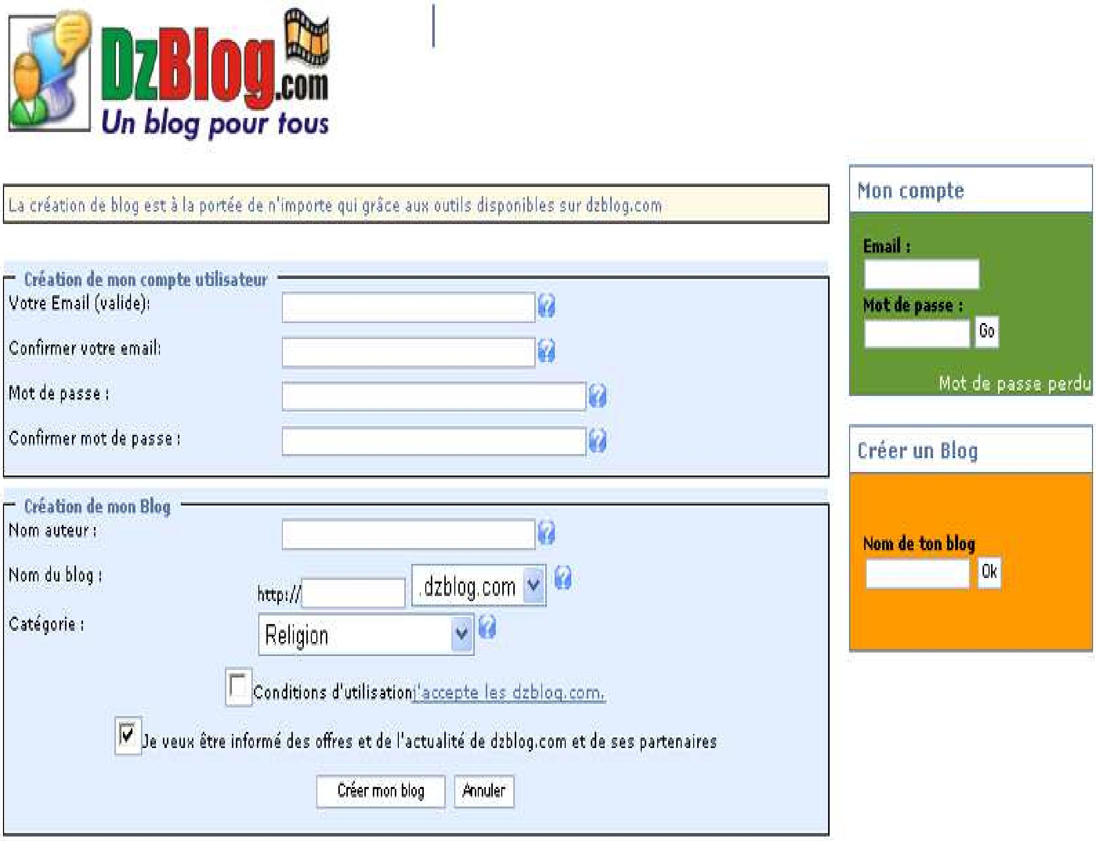
38–إذا كان الجواب أبدا: ذلك لأنها

–غالبا ما تكون مجهولة المصدر ☐ – معلوماتها غير موثقة ☐
- هي مجرد كلام ☐

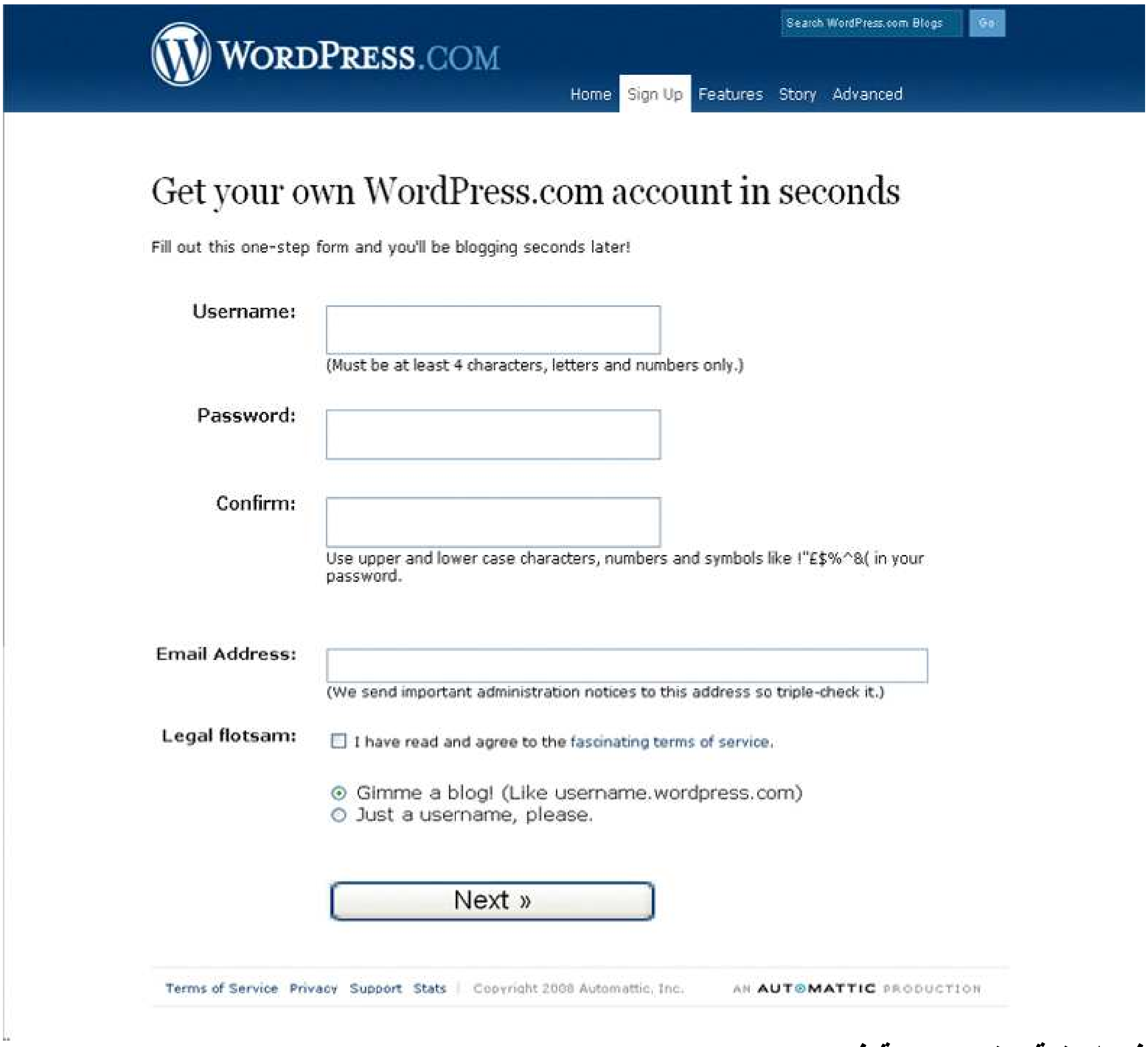
أخرى: أذكرها.....................

39– هل تنوي مستقبلا؟

- أن تزيد من قراءة المدونات ☐
- أن تنقص من قراءة المدونات ☐
- أن تبقى على نفس درجة اهتمامك بقراءة المدونات ☐
- أن تكف من قراءة المدونات ☐

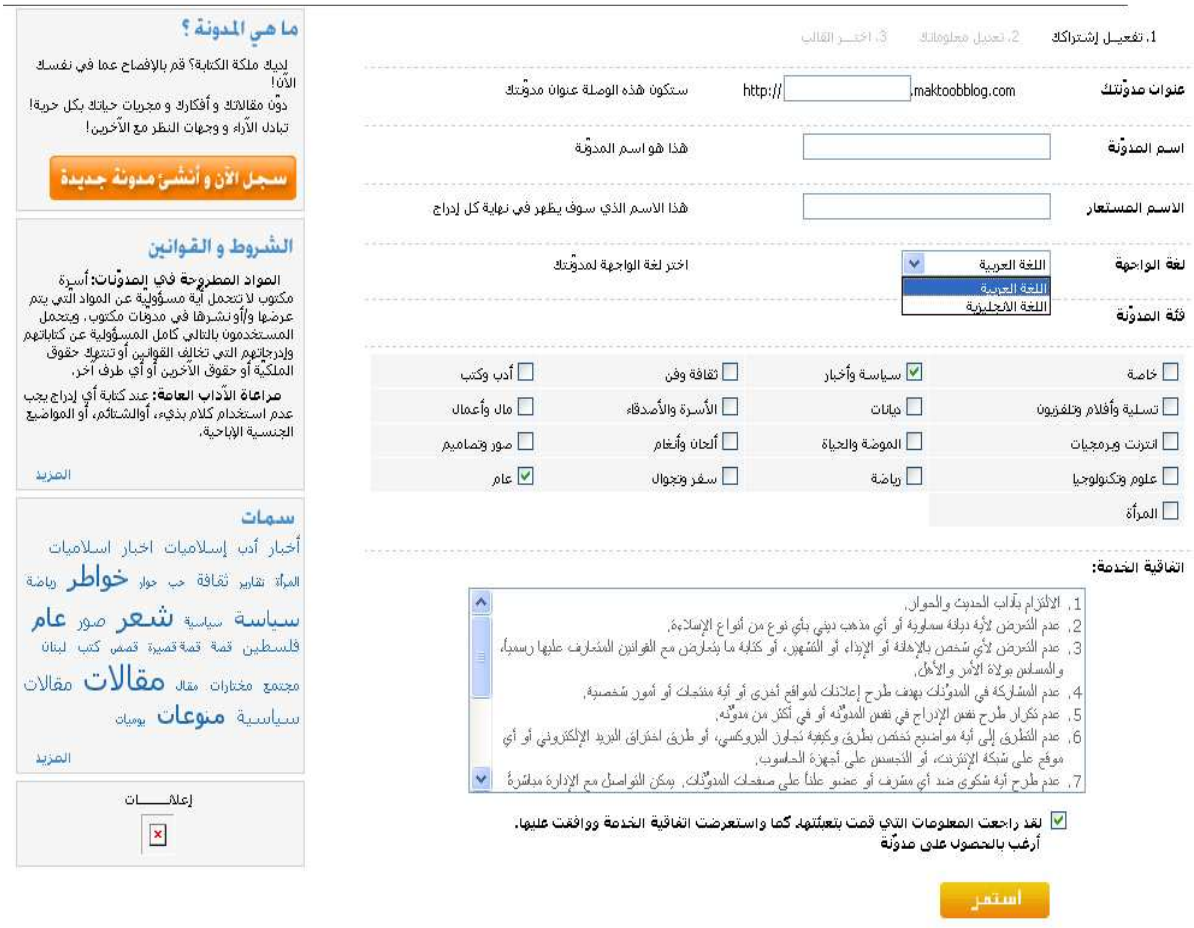


نموذج لكيفية إنشاء مدونة في DZblog



نموذج لكيفية إنشاء مدونة في wordpress .

نموذج لكيفية إنشاء مدونة في blogger التابع لموقع google .



"لا يتحمّل مكتوب أيّة مسؤوليّة عن المواد الّتي يتم عرضها و/أو نشرها في مدوّنات مكتوب. ويتحمل المستخدمون بالتالي كامل المسؤولية عن كتاباتهم وإدراجاتهم التي تخالف القوانين أو تنتهك حقوق الملكيّة أو حقوق الآخرين أو أي طرف آخر."

نموذج لكيفية إنشاء مدونة في مكتوب maktoobblog

قائمة المصادر والمراجع

1-إبراهيم عبد الله المسلمي : **نشأة وسائل الإعلام وتطورها** ، ط2، دار الفكر العربي ، القاهرة، 2005

2-أحمد محمد الطيب : **الإحصاء في التربية وعلم النفس**، ط1، المكتب الجامع الحديث، الإسكندرية، دس

3-الصادق رابح: الإعلام والتكنولوجيا الحديثة ،ط1،دار الكتاب الجامعي ، العين، الإمارات المتحدة ، 2004

4-انشراح الشال :**الدش والانترنت والتلفزيون في إطار علم الاجتماع الإعلامي**، المدينة برس ، مصر، 2003

5-إياد شكري البكري :**تقنيات الاتصال بين زمنين** ، دار الشروق للنشر، عمان، 2003

6-بسيوني إبراهيم حمادة :**دراسات في الإعلام وتكنولوجيا الاتصال والرأي العام** ،ط1، عالم الكتب، القاهرة ،2008

7-جمال العيفة :**الثقافة الجماهيرية** ، جامعة باجي مختار ، عنابة،2003 ، ص99

8-حسن عماد مكاوي: **تكنولوجيا الاتصال الحديثة** ، ط3، الدار المصرية اللبنانية، القاهرة، 2003

9-حسن عماد مكاوي، ليلى حسين السيد: **الاتصال ونظرياته المعاصرة**، ، ط 3، الدار المصرية اللبنانية ، 2003

10- حسنين شفيق: **الإعلام التفاعلي**، المعهد العالي للإدارة والفنون، القاهرة، 2008

11- حمدي حسن : **الوظيفة الإخبارية لوسائل الإعلام**، دار الفكر العربي، مصر،1991

12- حنان يوسف :**تكنولوجيا الاتصال ومجتمع المعلوماتية**، ط1، مكتبة الأطلس للنشر والتوزيع ،2006

13- خليل صابات، جمال عبد العظيم: **وسائل الاتصال نشأتها وتطورها**، ط9 ،مكتبة الانجلو مصرية، القاهرة،،2001

14- ربحي مصطفى عليان، محمد عبد الدبس: **وسائل الاتصال وتكنولوجيا التعليم** ، ط2 ،دار الصفا لنشر والتوزيع، عمان، 2003، ص120

15- رحيمة عيساني :**مدخل إلى الإعلام والاتصال –المفاهيم الأساسية والوظائف الجديدة في عصر العولمة الإعلامية**، مطبوعات الكتاب والحكمة، باتنة ،الجزائر،2007

16- رضا عبد الواجد أمين: **الصحافة الالكترونية** ، ط،1، دار الفجر للنشر والتوزيع، القاهرة ، 2007

17- زكي حسين الوردي ، جميل لازم المالكي :**المعلومات والمجتمع** ،مؤسسة الوراق للنشر والتوزيع، عمان

18- سعيد غريب النجار :**تكنولوجيا الصحافة في عصر التقنية الرقمية**، الدار المصرية اللبنانية، القاهرة، 2003

19- سمير إبراهيم حسين :**الانترنت شبكة المعلومات الدولية** ، دار هلال للنشر، القاهرة ،2002

20- شريف درويش اللبان : **الصحافة الالكترونية**، ط1، الدار المصرية اللبنانية، **2005**

21- شريف منصور :**التقرير السنوي للمجتمع المدني والتحول الديمقراطي في الوطن العربي** ، إصدارات مركز ابن خلدون،2004

22- صالح خليل أصبع :**الاتصال والإعلام في المجتمعات المعاصرة**، ط4، دار الآرام ،الأردن، 2004

23- صلاح الدين شروخ: **منهجية البحث العلمي**، عنابة، جامعة باجي مختار، 2003

24- صلاح سالم : **تكنولوجيا المعلومات والاتصالات والأمن القومي للمجتمع** ،ط1 عين للدراسات والبحوث الإنسانية والاجتماعية ،مصر ،2003

25- عامر ابراهيم قندلجي :**تكنولوجيا المعلومات وتطبيقاتها**، الوراق للنشر والتوزيع،عمان، 2002

26- عبد الأمير الفيصل: ***الصحافة الالكترونية في الوطن العربي***، دار الشروق للنشر والتوزيع، عمان، 2005

27- عبد الباسط محمد عبد الوهاب: **استخدام تكنولوجيا الاتصال في الإنتاج الإذاعي والتلفزي**، المكتب الجامعي الحديث، 2008

28- عبد الرحمن عزي: دراسات في نظرية الاتصال، بيروت،ط1،مركز دراسات الوحدة العربية، لبنان، 2003

29- عبد الفتاح بيومي حجازي :**الانترنت والأحداث-دراسة متعمقة على أثر الانترنت في انحراف الأحداث**، ط1، دار الفكر الجامعي، مصر، 2002

30- عبد الفتاح عبد النبي:**تكنولوجيا الاتصال والثقافة**، العربي للنشر والتوزيع ،القاهرة، 1990

31- عبد الله محمد عبد الرحمن: **سوسيولوجيا الاتصال والإعلام** ، دار المعرفة الجامعية، الإسكندرية ،2002

32- عبد الملك ردمان الدناني: **الوظيفة الإعلامية لشبكة الانترنيت** ،ط، 1 دار الفجر ، القاهر، 2003

33- غالب عرض النواسية : **خدمات المستفيدين من المكتبات ومركز المعلومات**، دار الصفاء ، عمان ،2000

34- غسان منير حمزة سنو ،علي أحمد الطراح:**الهويات الوطنية والمجتمع العالمي والاعلامي** ، ط1، دار النهضة العربية، بيروت ،2002

35- فضيل دليو: ***مدخل إلى الاتصال الجماهيري***، مخبر علم الاجتماع الاتصال جامعة منتوري ، قسنطينة، الجزائر، 2003

36- فريال مهنا :**علوم الإعلام والاتصال والمجتمعات الرقمية**، ط1، دار الفكر ، دمشق، سوريا،2002

37- مجدي محمد أبو العطا :**الدليل العلمي لاستخدام الانترنت**، ط1، كمبيوسساينس العربية لعلوم الحاسب، القاهرة ،1997

38- مؤيد عبد الجبار الحديثي: **العولمة الإعلامية والأمن القومي العربي**،، ط1، الأهلية للنشر، عمان، 2002

39- محمد عمر الحاجي: **الانترنت ايجابياته وسلبياته** ،ط1، دار المكتبي، دمشق،2002

40- مي العبد الله سنو : **الاتصال والديمقراطية**، دار النهضة العربية ، بيروت، 2005

41- محمد الصاوي محمد مبارك :**البحث العلمي أسسه وطريقة كتابته**، المكتبة الأكاديمية ، القاهرة، 1996

42- محمد سيد فهمي: **تكنولوجيا الاتصال في الخدمة الاجتماعية**، دار المكتب الجامعي، القاهرة ،2006

43- محمد شطاح وآخرون :**القنوات الفضائية وتأثيرها على القيم الاجتماعية ، الثقافية، والسلوكية لدى الشباب الجزائري- دراسة ميدانية-** ، دار الهدى، عين مليلة ، دس

44- محمد عبد الحسيب ،محمود علم الدين : **الحاسبات الالكترونية وتكنولوجيا الاتصال** ، دار الشروق ، القاهرة ،1997

45- محمد عبد الحميد : **الاتصال والإعلام على شبكة الانترنيت**، ط1.عالم الكتب .القاهرة، 2007

46- محمد عبد الحميد: **مناهج البحث العلمي في الدراسات الإعلامية**، ط1، عالم الكتب،القاهرة، 2000

47- محمد عبد الشفيع عيسى:**العالم الثالث والتحدي التكنولوجي الغربي**،ط1، دار الطباعة والنشر، بيروت، 1984

48- محمد علي حوات: **العرب والعولمة شجون الحاضر وغموض المستقبل**، ط2، مكتبة مدبوني، القاهرة ، 2004

49- محمد علي شمو: **الاتصال الدولي والتكنولوجيا الحديثة**، ط1، مكتبة الإشعاع، الإسكندرية، 2002

50- محمد علي شمو:**التكنولوجيا الحديثة والاتصال الدولي والانترنت**، ط1، الشركة السعودية للأبحاث ،جدة، 1999

51- محمود علم الدين :**تكنولوجيا المعلومات صناعة الاتصال الجماهيري** ، العربي للنشر والتوزيع ، القاهرة، 1990

52- محمود علم الدين: **تكنولوجيا الاتصال في الوطن العربي**، عالم الفكر، الكويت، المجلد 23، أوت –نوفمبر، 1994

53- محمود علم الدين: **تكنولوجيا المعلومات والاتصال ومستقبل صناعة الصحافة** ، ط1، دار السحاب، القاهرة، 2005

54- مرزوق عبد الحكيم العدلي :**الإعلانات الصحفية– دراسة في الاستخدامات والاشباعات–** ،ط1، دار الفجر،القاهرة،2004

55- منصف الشوفي وآخرون: **دراسات إعلامية**، ذات السلاسل ،الكويت،1995

56- نصيرة بوجمعة سعدي :**عقود نقل التكنولوجيا في مجال التبادل الدولي**، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 1992

57- هيثم ناصر:**دليل المدونين نحو الانتشار والتأثير**،مركز حماية وحرية الصحفيين،الأردن،

58- ياس خضير البياتي: **الاتصال الدولي والعربي** ، ط1 ، دار الشروق للنشر والتوزيع عمان، 2006

القواميس والمعاجم

59- عبد المنعم الحفني :**موسوعة عالم علم النفس**، دار نوبلس، لبنان، المجموعة 3،الجزء15 ،2005

60- عصام نور الدين :**معجم نور الدين الوسيط عربي-عربي**، دار الكتب العلمية ، بيروت، 2005

61- محمد جمال الفار :**المعجم الإعلامي** ، دار أسامة المشرق العربي، عمان، 2006

62- محمد منير حجاب :**المعجم الإعلامي**، دار الفجر،مصر ، 2004

63- يولاند بيروتي: **موسوعة المعارف الشاملة الكومبيوتر والانترنت**،edito crips، 2002

المجلات والمقالات:

المجلات

64- أسامة قشاشة : **تطبيقات الويب 2.0 في المكتبات الوكيز** ، cybrarians journal،العدد18 ، مارس2009

السعيد بومعيزة:**التضليل الإعلامي وأفول السلطة الرابعة** ،المجلة الجزائرية للاتصال، العدد18، جانفي-جوان 2004، متاح على:http://www.almujtamaa-mag.com/13/02/2009 ,18.30

65- إبراهيم محمد حمزة :**مدونات الأدباء هل تحل أزمة النشر والانتشار** ، جريدة القاهرة، العدد20،09 جانفي 2009

66- **ثقافة الانترنت وأثرها على الشباب**، ندوة علمية ، إصدارات دائرة الثقافة والإعلام ، الشارقة، 2006

67- **ثورة المدونات الالكترونية تجتاح الجزائر**، إعلام تك، العدد20، من08-15أبريل2007.

68- الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية، العدد 63،الصادرة بتاريخ 1998/08/25.

69- الخير شوار:الجزائريون يقتحمون المدونات ويسألون لماذا نحن أكثر احتشاما من العرب والآخرين؟،جريدة الشرق الأوسط ،العدد10368، يوم الأربعاء 18أفريل 2007 www.ashqlwasat.com

70- زويرق فؤاد :**المدونات فضاء للتواصل والبوح والسفر والتعليق الحر**، جريدة أسواق العرب، العدد1012،الأربعاء 2007/7/4

71- شادي سكاكين رئيس اتحاد المدونين العرب في حوار أجرته معه سهاد عكيلة ، مجلة منبر الداعيات ،لبنان، 2006

72- فضيل الأمين وسالي فرحات : **مستقبل البلوغز وصحافة المستقبل** ، مجلة هاي ، أكتوبر، 2005. 03/03/2009, http// www.himag.com

73- مجلة الدراسات المالية والمصرفية: المعهد العربي لدراسات، عمان، 1995

74- مجلة رسالة معهد الإدارة، العربية ،العدد3،العربية السعودية، 1996

75- محمد جمال عرفة:**المدونات الالكترونية**، مجلة المجتمع، العدد 1701 بتاريخ 24 جوان 2006. متاح

76- محمد حمدي: **الواقع الحالي لتوظيف تكنولوجيا المعلومات في العالم العربي**،مجلة اتحاذ الاذاعات الدولية، العدد3 ، 2005

77- محمود عبد الستار خليفة :**الجيل الثاني من خدمات الانترنت –مدخل إلى دراسة الويب 2.0 والمكتبات 2.0**، cybrarians journal ،العدد18 ، مارس 2009

78- مروان حرب:**الشباب العربي يعرض حكامه بالانترنت**،المحقق،العدد86، من 3 إلى 09 نوفمبر2007

المقالات

79- فرانسيس بيزاني:**جنون المفكرات الالكترونية ويب بلوغز على شبكة الانترنت أدوات جديدة للإعلام أم الإقناع**، www.mondiploar.com/article 1996 htm ,2003. 12/05/2009,19.00

80- سليم حسين أحمد :**المدونات الالكترونية** ،متاح على:
http//vbb.7b7/com/t4991.html ,12.03.2010, 12.35
81- برونزيك :**البلوج أداة قوية لجمع معلومات السوق** ، مؤتمر مديري المواقع ،نقلا عن صحيفة الجزيرة 2004/5/9
http//www.aljazira.com.sa/dijimag/ogo2004/maa35.htm, 16/02/2009,14.23
82- عبد الرحمن فراج :المدونات الالكترونية في المكتبات ،قسم المكتبات والمعلومات ، جامعة الإمام محمد بن سعود،2006،متاح على:
www.informatics.gov.sa/magazine 04/03/2009
83- **التدوين العربي في مهب الريح**، موقع إيلاف، الإثنين 31 مارس2008
http://www.elaph.com/ElaphGuys/04/04/2009
84- عبد القادر سعيد: **المدونات.. الثورة الإعلامية الجديدة** ، موقع الشهاب
http://www.chihab.net/12/04/2010

85- أمينة ذبيح :**المدونات الالكترونية العربية بين التعبير الحر والصحافة البديلة** ، فيفري2009
86- ابراهيم علوش: **موقع الفايس بوك هل من أجندة خفية**،
www.free arabe voice.org, 03/02/2009
87- محمد بشير : **ماهو التويتر وكيف تستفيد منه** ،
http//basheer me/blog_/06/04/2009

المذكرات والدراسات

المذكرات

88- شيماء إسماعيل عباس: **المدونات المصرية على الشبكة العنكبوتية العالمية كمصد جديد للمعلومات-دراسة تحليلية-**،رسالة ماجستير، كلية الآداب ،قسم المكتبات والوثائق، وتقنيات المعلومات ، جامعة القاهرة، 2007

89- أحمد عبدلي : **مستخدمو الانترنت**، مذكرة ماجستير غير منشورة ، قسم الدعوة والاعلام ،جامعة الامير عبد القادر قسنطينة، 2002-2003

90- باديس لونيس :**جمهور الطلبة الجزائريين والانترنت – دراسة في الاستخدامات والاشباعات-** ، مذكرة ماجستير غير منشورة ، جامعة منتوري قسنطينة،2007-2008

91- خلاف جلول :**وسائل الاتصال وتأثيراتها على العلاقات الأسرية**، مذكرة ماجستير غير منشورة ، جامعة الأمير عبد القادر قسنطينة، 2003-2004

92- فارس حسن :**صحافة الانترنت- دراسة تحليلية للصحف الالكترونية المرتبطة بالفضائيات الإخبارية العربية نت نموذج-** رسالة ماجستير في الإعلام والاتصال ،الأكاديمية العربية المفتوح الدانمارك ، 2007

الدراسات

93- أحمد حسين:**ظاهرة المدونات في الشبكة العنكبوتية – دراسة للمضمون والقائم بالاتصال-** ،مؤتمر تقنيات الاتصال والتغير الاجتماعي، جامعة الملك سعود ،الرياض،15-2009/03/17

94- إدريس لكريتي:**المدونات الالكترونية من التواصل إلى الضغط**، مؤتمر تقنيات الاتصال والتغير الاجتماعي، جامعة الملك سعود ،قسم الإعلام ،الرياض،15-2009/03/17

95- أشرف جلال حسن :**أثر التقنيات الاتصالية الحديثة –المواقع، المنتديات، المدونات- على تشكيل الرأي العام – دراسة مقارنة في ضوء مدخل الاعلام البديل** ، مؤتمر تقنيات الاتصال والتغير الاجتماعي، جامعة الملك سعود ،الرياض،15-2009/03/17

96- جمال الزرن: **المدونات الالكترونية وسلطة التدوين**، جامعة منوبة ،تونس، 2003

97- دشن القحطاني:**المدونات الالكترونية وحرية الرأي والتعبير**،،مؤتمر تقنيات الاتصال والتغير الاجتماعي،جامعة الملك سعود،الرياض، 15-2009/03/17

98- الصادق رابح:**التفاعلية في الصحف العربية على الانترنت**، المؤتمر الدولي الإعلام الجديد تكنولوجيا جديدة لعالم جديد ،جامعة البحرين 07-09 /2009/04

99- طلال ناظم الزهيري:**العوامل الاجتماعية وتأثيرها في المدونات العربية**، 2007، متاح على:http//docstu.maktooblblog.com ,14.03.2009

100- عبد الله الزين الحيدري:**التعرض للانترنت وعلاقته ببعض الآثار النفسية والاجتماعية لدى شباب الريف**، المؤتمر الدولي الإعلام الجديد تكنولوجيا جديدة لعالم جديد ،جامعة البحرين 07-09 /2009/04

101- عبد الله يوسف الجبوري: **نظريات التأثير الإعلامية المفسرة لسلوك الجمهور**، الجامعة الكندية العربية الحرة ،2009

102- عزة مصطفى الكحكي:**الاتصال الجديد والديناميات الثقافية في المجتمعات المعاصرة**، المؤتمر الدولي الإعلام الجديد تكنولوجيا جديدة لعالم جديد ،جامعة البحرين 07-09 /2009/04

103- عصام منصور :**المدونات الالكترونية مصدر جديد للمعلومات**،الكويت،2007

104- هند بنت سليمان الخليفة :**المدونات الالكترونية العربية الحاسوبية –دراسة تحليلية**، الندوة الأولى الوطنية لتقنيات المعلومات ،المملكة السعودية، الرياض ،2006

105- هديل الخطيب:**المدونات الالكترونية في السعودية ودورها في التعددية الإعلامية وحرية التعبير**،المملكة العربية السعودية،2009

المراجع بالأجنبية

106- Coggins, Sheila Ann Manuel . What is the Difference Between Weblogs and Websites? http://weblogs.about.com/03/.4/2010

107- Anne Bartlett-Brag :**blogging to learn**,university of technology,Sydney,Australia , 2005

108- Bonnie A. Nardi , Diane J. Schiano, Michelle Gumbrecht: **Blogging as Social Activity, or,Would You Let 900 Million People Read Your Diary?,**city state country, conference 04,1/2/2004

109- Carton, Sean: **Web 2.0: What Is It Really?** ,Mar 5, 2007, http://www.w3.org/1999/xhtml ,12.02.2009

110- Daniel K.SCHNEIDER : **le rôle de Internet dans la formation supérieure** : scenarii et technologie, langes, n°02, faculté des lettres et des langues, Alger; 2001.

111- DESAVOYE, Benoît ; DUCAMP, Christophe : ***Les blogs : nouveau média pour tous*** , M2 , Edition, Paris, 2005

112- Engelina Garreau**:Les blogs entre outil de publication et espace de communication**. Maitrise de documentation et d'information .septembre2005

113- ERTZCHEID, Olivier : ***Weblogs - un nouveau paradigme pour les systèmes d'information et la diffusion de connaissances ? applications et cas d'usage en contexte de veille et d'intelligenceéconomique***. Colloque ISKO , France, 2005.

114- Fischter,D :**blogging basic**,2005 ,http//wiki classroom20.com 12/01/2010

115- Maness, Jack M**: Library 2.0 Theory: Web 2.0 and Its Implications for Libraries - Webology**, Vol. 3, No. 2 June 2006 http://www.webology.ir/2006/v3n2/a25.html 12 /02/2009

116- Marc Lunch**:blogging in the new arab public Arab media and society** , 2007.http//www.arab.media socity.com/articles 0325507.ansi-Marc unch.pdf.13/04/2009.21.00

117- O'Reilly, Tim**: What Is Web 2.0 : Design Patterns and Business Models for the NextGeneration of Software** 2005 , http://www.oreillynet.com/pub/a/oreilly/tim/news/2005/09/30/what-is-web-20.html, 12 02/2009

118- Paul J.Bummer :**expanding role of search**,2005

www. pandia.com /sew/141- the expanding role of search .htm

119- Richardson w: **the next thing –creat communication and collaborate withe blogs**, 2004 ,http//static.hcrh.k.12.nj.us/gems/centrall sp presentation revision.ppt ,105/05./2009

www. pandia.com/sew/141-the expanding role of search htm12/05/2010

مواقع الانترنت

120- http//:www.aljazeeratalk.net,1/1/2009

121- http//:arabblogger.com,01/02/2010

122- http//:baheyya.blogspat.com,12/12/2009

123- http://www.ahlablog.com/01/03/2010

124- http://www.bilad-13.maktoobblog.com/12/12/2009

125- http://www.internetworldstats.com/stats1,12/06/2009

126- http://actech.dzblog.com/12/02/2009

127- www.maktoob.com 18/ 05/2010

128- www.wikipedia.org18/02/2010

الفهارس

فهرس الجداول:

الرقم	عنوان الجدول	الصفحة
01	*توزيع عينة المدونين على الولايات وفقا لمتغير الجنس*	38
02	*توزيع عينة المدونين على الولايات وفقا لمتغير المستوى التعليمي*	38
03	*توزيع عينة المدونين وفقا لمتغيري الجنس والمستوى التعليمي*	39
04	*توزيع عينة قراء المدونات على الولايات وفقا لمتغير الجنس*	39
05	*توزيع قراء المدونات على الولايات وفقا لمتغير المستوى التعليمي*	39
06	*توزيع عينة قراء المدونات وفقا لمتغيري الجنس والمستوى التعليمي*	40
07	مدة استخدام المدونين للانترنت حسب متغيري الجنس والمستوى التعليمي	126
08	دوافع استخدام المدونين للانترنت وفقا لمتغيري الجنس والمستوى التعليمي	129
09	خدمات الانترنت التي يفضلها المدونون	132
10	الوقت الذي يقضيه عادة المدونون في استخدام الانترنت يوميا	135
11	مدة استخدام المدونين للمدونات وفق متغيري التخصص والمستوى التعليمي	138
12	عدد المدونات التي يديرها المدونون على الشبكة وفق متغيري الجنس والمستوى التعليمي	141
13	عدد مرات التدوين وفقا لمتغيري الجنس والمستوى التعليمي	143
14	مقدار الوقت الذي يقضيه المدونون في التدوين وفقا لمتغيري الجنس والمستوى التعليمي	146

15	عدد مرات تحديث المدونين لمدوناتهم وفقا لمتغيري الجنس والمستوى التعليمي	149
16	الأيام التي يدون فيها المدونون وفقا لمتغيري الجنس والمستوى التعليمي	152
17	الفترات التي يفضل فيها المدونون التدوين وفقا لمتغيري الجنس والمستوى التعليمي	155
18	الأماكن التي يفضلها المدونون في التدوين وفقا لمتغيري الجنس والمستوى التعليمي	158
19	الوضعية التي يدون فيها المدونون وفقا لمتغيري الجنس والمستوى التعليمي	161
20	نوع المدونة الرئيسية للمدونين وفقا لمتغيري الجنس والمستوى التعليمي	163
21	مراجع المدونين في التدوين وفقا لمتغيري الجنس والمستوى التعليمي	166
22	خدمة استضافة التدوين التي يستخدمها المدونون وفقا لمتغيري الجنس والمستوى التعليمي	169
23	اللغة التي يستخدمها المدونون في التدوين وفقا لمتغيري الجنس والمستوى التعليمي	172
24	درجة قراءة المدونين لمدونات غيرهم وفقا لمتغيري الجنس والمستوى التعليمي	174
25	العناصر التي يستخدمها المدونون أكثر في التدوين وفقا لمتغيري الجنس والمستوى التعليمي	176
26	الاسم الذي يستخدمه المدونون في التدوين وفقا لمتغيري الجنس والمستوى التعليمي	178
27	أسباب استخدام المدونين للاسم الحقيقي في التدوين وفقا لمتغيري الجنس والمستوى التعليمي	181
28	أسباب استخدام المدونين للاسم المستعار وفقا لمتغيري الجنس والمستوى التعليمي	183
29	استخدام أو عدم استخدام المدونين للروابط في مدوناتهم وفقا لمتغيري الجنس والمستوى التعليمي	185
30	الروابط التي تحيل إليها المدونات وفقا لمتغيري الجنس والمستوى التعليمي	187

31	الخدمات التي يستخدمها المدونون في مدوناتهم وفقا لمتغيري الجنس والمستوى التعليمي	189
32	سماح أو عدم سماح المدونين للتعليق على مدوناتهم وفقا لمتغيري الجنس والمستوى التعليمي	192
33	حالات رد المدونين على التعاليق على مدوناتهم وفقا لمتغيري الجنس والمستوى التعليمي	194
34	دوافع المدونين للتدوين وفقا لمتغير الجنس	197 - 196
35	دوافع المدونين للتدوين وفقا لمتغير المستوى التعليمي	200-199
36	الأغراض السياسية للتدوين وفقا لمتغيري الجنس والمستوى التعليمي	203
37	الأغراض المعرفية للتدوين وفقا لمتغيري الجنس والمستوى التعليمي	205
38	الأغراض النفسية للتدوين وفقا لمتغيري الجنس والمستوى التعليمي	207
39	الأغراض الاجتماعية للتدوين وفقا لمتغيري الجنس والمستوى التعليمي	209
40	الأغراض الإعلامية للتدوين وفقا لمتغيري الجنس والمستوى التعليمي	211
41	الأغراض الترفيهية للتدوين وفقا لمتغيري الجنس والمستوى التعليمي	213
42	نية المدون اتجاه التدوين وفقا لمتغيري الجنس والمستوى التعليمي	215
43	مدة استخدام قراء المدونات للانترنت وفقا لمتغيري الجنس والمستوى التعليمي	218
44	دوافع استخدام قراء المدونات للانترنت وفقا لمتغيري الجنس والمستوى التعليمي	221
45	خدمات الانترنت التي يفضلها قراء المدونات وفقا لمتغيري الجنس والمستوى التعليمي	224

46	الوقت الذي يقضيه عادة القراء في استخدام الانترنت يوميا وفقا لمتغيري الجنس والمستوى التعليمي	227
47	امتلاك قراء المدونات لمدونات الكترونية وفقا لمتغيري الجنس والمستوى التعليمي	230
48	نوع المدونات التي يملكها قراء المدونات وفقا لمتغيري الجنس والمستوى التعليمي	232
49	دوافع إنشاء قراء المدونات للمدونات الكترونية وفقا لمتغيري الجنس والمستوى التعليمي	235
50	درجة قراءة قراء المدونات للمدونات وفقا لمتغيري الجنس والمستوى التعليمي	238
51	مدة قراءة قراء المدونات لمدونات الالكترونية وفقا لمتغيري الجنس والمستوى التعليمي	240
52	حجم الوقت الذي يقضيه عادة قراء المدونات في التدوين وفقا لمتغيري الجنس والمستوى التعليمي	243
53	الأيام التي يقرأ فيها قراء المدونات المدونات فيها وفقا لمتغيري الجنس والمستوى التعليمي	245
54	الفترات التي يفضل فيها قراء المدونات قراءة المدونات وفقا لمتغيري الجنس والمستوى التعليمي	248
55	الأماكن التي يفضلها قراء المدونات في القراءة وفقا لمتغيري الجنس والمستوى التعليمي	250
56	وضعية قراءة المدونات وفقا لمتغيري الجنس والمستوى التعليمي	252
57	خدمة استضافة التدوين التي يقرأ منها قراء المدونات وفقا لمتغيري الجنس والمستوى التعليمي	254
58	نوع المدونات التي يزورها قراء المدونات وفقا لمتغيري الجنس والمستوى التعليمي	257

59	عدد المدونات التي يقرأها القراء في الزيارة الواحدة وفقا لمتغيري الجنس والمستوى التعليمي	260
60	المدونات التي يفضل القراء قراءتها وفقا لمتغيري الجنس والمستوى التعليمي	262
61	أسباب قراءة المدونات الجزائرية وفقا لمتغيري الجنس والمستوى التعليمي	264
62	أسباب عدم قراءة المدونات الجزائرية وفقا لمتغيري الجنس والمستوى التعليمي	267
63	المدونات التي يفضل القراء قراءتها من حيث اللغة وفقا لمتغيري الجنس والمستوى التعليمي	270
64	الملفات التي يحملها قراء المدونات من المدونات وفقا لمتغيري الجنس والمستوى التعليمي	272
65	كيفية تعامل القراء مع المادة التي تهمهم في المدونات وفقا لمتغيري الجنس والمستوى التعليمي	275
66	المواد التي يقرأها قراء المدونات في المدونات وفقا لمتغيري الجنس والمستوى التعليمي	277
67	الخدمات التي يستخدمها قراء المدونات أكثر في المدونة وفقا لمتغيري الجنس والمستوى التعليمي	279
68	درجة تعليق القراء على المدونات وفقا لمتغيري الجنس والمستوى التعليمي	281
69	أسباب تعليق القراء على المدونات وفقا لمتغيري الجنس والمستوى التعليمي	283
70	أسباب عدم تعليق القراء على المدونات وفقا لمتغيري الجنس والمستوى التعليمي	286
71	دوافع قراءة المدونات وفقا لمتغير الجنس	289 -290
72	دوافع قراءة المدونات وفقا لمتغير المستوى التعليمي	292 -293
73	الأغراض المعرفية لقراءة المدونات وفقا لمتغيري الجنس والمستوى التعليمي	296

74	الأغراض السياسية لقراءة المدونات وفقا لمتغيري الجنس والمستوى التعليمي	299
75	الأغراض النفسية لقراءة المدونات وفقا لمتغيري الجنس والمستوى التعليمي	302
76	الأغراض الاجتماعية لقراءة المدونات وفقا لمتغيري الجنس والمستوى التعليمي	304
77	الأغراض الإعلامية لقراءة المدونات وفقا لمتغيري الجنس والمستوى التعليمي	307
78	الأغراض الترفيهية لقراءة المدونات وفقا لمتغيري الجنس والمستوى التعليمي	310
79	درجة ثقة القراء في معلومات المدونات وفقا لمتغيري الجنس والمستوى التعليمي	313
80	أسباب عدم ثقة القراء في معلومات المدونات وفقا لمتغيري الجنس والمستوى التعليمي	315
81	اتجاه القراء نحو استخدام المدونات وفقا لمتغيري الجنس والمستوى التعليمي	317

فهرس المحتويات:

الفصل الأول :الإطار المنهجي للدراسة

مقدمة

أولا : إشكالية الدراسة وتساؤلاتها.......................................6

أ- الإشكالية...6

ب-الفرضيات...8

ثانيا:تحديد المفاهيم...10

أ- تعريف تكنولوجيا الاتصال والإعلام.......................................10

ب- تعريف مجتمع المعلومات...12

ج- الانترنت...13

د – المدونات الإلكترونية...14

هـ- الاستخدام...17

و- الاشباعات...20

ثالثا: الدراسات السابقة...21

أ- دراسات أجنبية...21

ب – دراسات عربية...23

ج- تقييم الدراسات السابقة...29

رابعا: المدخل النظري للدراسة...30

أ- الخلفية المعرفية للنظرية...30

ب – تطور مدخل الاستخدامات والاشباعات.................................31

ج – فروض مدخل الاستخدامات والاشباعات.................................32

د- عناصر نظرية الاستخدامات والإشباعات.........................33
1- افتراض الجمهور نشط......................................33
2- الأصول النفسية والاجتماعية لمستخدمي وسائل الإعلام...........33
3- دوافع استخدام الجمهور لوسائل الإعلام........................34
4- توقعات الجمهور من وسائل الإعلام...........................35
5- استخدام الجمهور لوسائل الإعلام.............................36
6- اشباعات الجمهور من وسائل الإعلام..........................36
هـ- الانتقادات الموجهة للنظرية...37
خامسا: الإجراءات المنهجية للدراسة الميدانية..........................38
أ- مجتمع الدراسة الميدانية...38
ب- عينة الدراسة وطريقة اختياره...38
ج- منهج الدراسة وأدوات جمع البيانات وتحليلها..........................42
1- منهج الدراسة..42
2- أدوات جمع البيانات...42
3- أساليب تحليل البيانات...44
الفصل الثاني :تكنولوجيا الاتصال وشبكة الانترنت
أولا: تكنولوجيا الاتصال واستخداماتها..................................48
أ- تكنولوجيا الاتصال و خصائصها..48
1- تطور تكنولوجيا الاتصال والإعلام الحديثة..............48
2- خصائص تكنولوجيا الاتصال والإعلام الحديثة............50
ب- وظائف تكنولوجيا الاتصال..54
ج - استخدامات تكنولوجيا الاتصال..58
1- الأقمار الصناعية والاتصال الكابلي واستخداماتهما..........58

2- الفيديو تكس والألياف الضوئية واستخداماتهما...........62
3- الحاسب الآلي واستخداماته.............................64

ثانيا: شبكة الانترنت..65

أ- تطور شبكة الانترنت وخصائصها...................................65
1- تطور شبكة الانترنت..............................65
2- خصائص شبكة الانترنت...............................68
ب- الخدمات الاتصالية لشبكة الانترنت................................70

جـ - الويب 2.0 و تطبيقاته 74
1- تعريف الويب2.0......................................74
2- تطبيقات الويب 2.0.............................76

الفصل الثالث: المدونات الالكترونية

أولا: تطور المدونات الإلكترونية...................................82

أ- تطور المدونات الإلكترونية في العالم:............... 82
1- توسع انتشار المدونات في العالم..... ... .86
ب-المدونات الإلكترونية في العالم العربي.............. 88

ج – المدونات الإلكترونية في الجزائر..... 93

ثانيا: عوامل انتشار المدونات، خصائصها، وأنواعها...... 97

أ- عوامل انتشار المدونات.......... 97
1- مرونة التقنية...97
2- عولمة الإعلام......................................98

3- تراجع الثقة في الصحافة التقليدية.........98
4- الخلفية التسويقية لمواقع الاستضافة.......................99

ب - خصائص المدونات الإلكترونية.......................................100

ج - أنواع المدونات..105

ثالثا:استخدامات المدونات..108

أ-المدونات فضاء للتنفيس...108

ب-التواصل مع الآخرين وتكوين مجتمعات افتراضية....................109

ج-النشر الإلكتروني وحرية التعبير.......................................111

د-وسيلة للتعليم..112

ه - المدونات كبديل إعلامي...114

و- استخدام المدونات في المؤسسات الاقتصادية.............................118

ز – وسيلة للحصول على المعلومات.....................................119

ح- استخدام المدونات في مجال المكتبات.................................121

القسم الميداني

الفصل الرابع :استخدامات ودوافع المدونين في التدوين 126

الفصل الخامس: استخدامات المدونات ودوافع قراءتها...........................218

خاتمة:نتائج لدراسة...319

الملاحق...

فهرس الجداول..

قائمة المراجع...

فهرس المواضيع..

ملخص الدراسة بالعربية:

تعد المدونات الالكترونية أحد أهم التطبيقات الحديثة لشبكة الانترنت، والتي أصبح الإقبال عليها بشكل كبير من طرف المدونين، وقراء المدونات، وتهدف هذه الدراسة إلى تطبيق فروض نظرية الاستخدامات والاشباعات، للتعرف على استخدامات واشباعات المدونين من المدونات من جهة ومن جهة أخرى التعرف على استخدامات ودوافع قراءة المدونات.

وقد تمحورت تساؤلات الدراسة حول مايلي:

- ماهي عادات وأنماط استخدام المدونين للمدونات ؟
- ماهي دوافع المدونين لإنشاء المدونات ؟
- ما هي عادات وأنماط قراء المدونات في استخدامهم للمدونات ؟
- ما هي دوافع قراءة المدونات ؟

وبما أن هذه الدراسة تهدف إلى وصف مظاهر الاستخدام والاشباعات المحققة لكل من المدونين وقراء المدونات، فهي بذلك تنتمي إلى الدراسات الوصفية التحليلية، حيث استخدمنا المنهج الوصفي، وعينة كرة الثلج في حصرنا للعينة، كما اخترنا أداة الاستبيان لجمع البيانات، وقمنا بتوزيع استبانتين على أفراد العينة واحدة خاصة بالمدونين، وأخرى خاصة بقراء المدونات، وتم توزيع استبيان المدونين على 182 مفردة، واستبيان قراء المدونات على 196 مفردة بكل من ولايات :ورقلة، باتنة ، الجزائر العاصمة

وتتمثل أهم النتائج التي توصلت اليها الدراسة إلى مايلي:

- **فيما يتعلق بالمدونين**
  - ✓ **عادات وأنماط الاستخدام**

- أغلب أفراد العينة بدأوا التدوين من مدة سنة إلى ثلاث سنوات.
- أغلب أفراد العينة يملكون مدونة واحدة.

- عادة ما تدون أكبر نسبة من أفراد العينة حسب الظروف.
- أكبر نسبة من أفراد العينة يقضون من الوقت في التدوين من ساعة إلى ساعتين.
- أكبر نسبة من أفراد العينة يحدثون مدوناتهم كل شهر.
- أكبر نسبة من أفراد العينة يدونون ليلا.
- أكبر نسبة من أفراد العينة يفضلون التدوين في المنزل.
- أكبر نسبة من أفراد العينة مدوناتهم ثقافية متنوعة.
- أكبر نسبة من أفراد العينة يعتمدون على مواقع الانترنيت كمرجع للتدوين.
- أكبر نسبة من أفراد العينة يقرؤون أحيانا مدونات غيرهم.
- أكبر نسبة من أفراد العينة يستخدمون اسما مستعارا في التدوين.
- أكبر نسبة من أفراد العينة يسمحون بالتعليق على مدوناتهم.

✓دوافع التدوين

. - الدافع الأول للتدوين عند الذكور هو دافع الترفيه أما الإناث فأول دافع عندهم للتدوين هو الدافع الاجتماعي.

- الدافع الترفيهي هو الدافع الأول بالنسبة لكل من المستوى الثانوي، والجامعي، والدافع المعرفي هو الأول بالنسبة لمستوى الدراسات العليا.

أما فيما يتعلق بقراء المدونات فقد توصلت الدراسة إلى النتائج التالية:

- **بالنسبة للعادات والأنماط:**
- أكبر نسبة من أفراد العينة من أفراد العينة يمتلكون مدونة واحدة.
- أكبر نسبة من أفراد العينة من أفراد العينة بدأوا قراءة المدونات منذ أقل من سنة.
- أكبر نسبة من أفراد العينة من أفراد العينة يقضون أقل من ساعة في قراءة المدونات.
- أكبر نسبة من أفراد العينة أفراد العينة يقرؤون المدونات ليلا.
- أكبر نسبة من أفراد العينة من أفراد العينة يزورون المدونات على موقع مكتوب.

- أكبر نسبة من أفراد العينة من أفراد العينة يقرؤون المدونات العلمية.
- أكبر نسبة من أفراد العينة من أفراد العينة يقرؤون المدونات باللغة العربية.
- الدافع الأول لقراءة المدونات هو الدافع المعرفي بالنسبة للذكور والإناث في كل المستويات.

Résumés

Les blogs sont l'une des applications les plus modernes de l'Internet, qui est une course par une large mesure par les blogueurs et les lecteurs de blogs, l’étude vise à appliquer les hypothèses de la théorie des usages et des satisfaction (uses and gratifications) de se renseigner sur les usages et les satisfaction des blogueurs, d'autre part, d'identifier les usages et les satisfaction de lecteurs de blogs

Les questions portaient sur l'étude sont:

- Quelles sont les habitudes et les modes d'utilisation des blogueurs aux blogs?
- Quelles sont les motivations des blogueurs de créer des blogs?
- Quelles sont les habitudes et les modèles de lecteurs de blogs dans l'utilisation des blogs?
- Quels sont les motivations de lire les blogs.

Puisque cette étude fait partie des études descriptives –analytiques, et vise à décrire l'usage et la satisfaction des besoins des blogueurs et lecteurs de blogs, nous avons utilisé la méthode descriptive, et l'échantillon boule de neige dans la restriction de l'échantillon, et on a utilisé un questionnaire pour recueillir des données, nous avons distribué deux questionnaires un pour 182 bloggeurs et un autre pour 196 lecteurs de blogs selon le sexe et le niveau d’éducation.

Les résultats principales de l'étude sont les suivants::

• En ce qui concerne les blogueurs

-Habitudes et modes d’usage

- La plupart des répondants ont commencé à bloguer à partir de -un an à trois ans.
- La plupart des répondants ont un blog unique.
- Habituellement la plus forte proportion de répondants faire bloguer dans les circonstances.
- Le plus grand pourcentage des personnes interrogées passent plus d'une heure à deux heures à bloguer.
- Le plus grand pourcentage de répondants renouvellent leurs blogs chaque mois.
- La plus grande proportion de répondants blogue la nuit.
- Le plus grand pourcentage des répondants préfèrent bloguer dans la maison.
- Le plus grand pourcentage de répondant ont des blogs culturelles .
- Le plus grand pourcentage des répondants comptent sur les sites Internet comme référence dans leurs blogs

- Le plus grand pourcentage des répondants lisent, parfois les blogs
- Le plus grand pourcentage de répondants utilisent un pseudonyme dans leurs blog
- La plus grande proportion de répondants sont autorisés à commenter sur les blogs.

- Les motivations ;

-- La principale motivation pour les homme blogueur est la motivation de loisir
-pour les femme est le motif social
- pour le niveau secondaire et universitaire le premier motif de bloguer est le motif de loisir, par contre le motif gnostique est en premier pour le niveau études supérieures .

- **En ce qui concerne les lecteurs de blogs:**

- Pour les habitudes et modes d'usage

- La plus grande proportion des répondants de l'échantillon ont un blog unique.
- La plus grande proportion des répondants de l'échantillon a commencé à lire des blogs moins d'un an.
- La plus grande proportion des répondants y consacrent moins d'une heure pour lire les blogs.
- La plus grande proportion de l'échantillon des répondants lisent les blogues dans la nuit.
- La plus grande proportion des répondants visitent les blogs sur le site maktoob.

- Les motivations ;

- La plus grande proportion de l'échantillon des répondants lisent les blogs scientifiques .
- La plus grande proportion de l'échantillon des répondants lisent les blogs en langue arabe.
- La principale motivation pour la lecture de blogs est la motivation de la connaissance à la fois pour les hommes et les femmes à tous les niveaux.